

REPORTE INCLUSIÓN FINANCIERA 2016





Un producto concebido por:

**Banca de las Oportunidades
Bancoldex – Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A.**

Calle 28 No. 13A - 15, piso 38
Teléfono: 382 1515
Línea de servicio al cliente: 756 1172
Otras ciudades: 01 8000 180 720
www.bancadelasoportunidades.gov.co
Bogotá, Colombia

Superintendencia Financiera de Colombia

Calle 7ª No. 4 - 49
Teléfono: 3078042
Línea Gratuita Nacional: 018000 120 100
www.superfinanciera.gov.co
Bogotá, Colombia

Aviso legal: El siguiente documento contiene una recopilación y análisis de indicadores de inclusión financiera en Colombia, producido por la Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de las Oportunidades. Este reporte es publicado con fines informativos y académicos para conocer el estado actual de inclusión financiera en Colombia, con información de la oferta en términos de acceso y uso. Por lo anterior, y teniendo en cuenta que es una interpretación que se realiza de la información mencionada, Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia no asumen responsabilidad alguna relacionada con el contenido, alcance o sobre el uso que los usuarios le den a la información que se encuentra en el Reporte.

Impreso en Bogotá, Colombia.
Julio 2017.

El contenido de la información de este Reporte de Inclusión Financiera podrá ser reproducido o distribuido sin modificaciones para uso institucional, exclusivamente. Cualquier otra utilización que se haga de su contenido, incluida su distribución, reproducción, modificación, divulgación o transmisión sin el previo consentimiento por escrito de Banca de las Oportunidades y/o Superintendencia Financiera de Colombia se encuentran prohibidos. Las modificaciones que se introduzcan a la información serán responsabilidad del usuario, siempre citando como fuente la información de los autores.





Contenido

Agradecimientos	4
Introducción	7
Recuadro 1: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Colombia	14
Cobertura financiera	22
Tenencia de productos financieros por parte de individuos y empresas	48
Análisis transaccional	76
Recuadro 2: Acceso y uso de tecnologías en Colombia	95
Recuadro 3: Dinámica reciente de uso de efectivo en Colombia	100
Productos de depósito	106
Crédito	124
Seguros	144
Recuadro 4: Principales tendencias internacionales en la masificación de los productos de seguros	147
Recuadro 5: Remesas	160
Dimensión de calidad de la inclusión financiera:	
Protección al consumidor financiero	166
Recuadro 6: Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (EEF)	182
Anexos	186
Índice de gráficas	199
Índice de tablas	205

Para el programa Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia es grato entregar al Gobierno, industria y demás actores interesados en el tema de inclusión financiera el sexto Reporte de Inclusión Financiera con datos a diciembre de 2016.

El reporte consolida información de diversas fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG especializadas en la colocación de microcrédito, que se complementa con información proveniente del DANE, DNP, Centrales de Información, Redes de Bajo Valor (Credibanco y Redeban), entre otras, para generar los principales indicadores de inclusión financiera en temas de cobertura, tenencia de productos por parte de individuos y empresas, dinámica de los productos de ahorro, crédito y seguros, análisis de los canales transaccionales y avances recientes en protección al consumidor financiero.

A partir de la información integrada en este Reporte se busca aportar en la solución de interrogantes como: ¿cuál ha sido la evolución de la cobertura en el país y en qué zonas se requieren mayores esfuerzos?, ¿cuál es el estado de la inclusión financiera y cuáles son las características y patrones de la población con productos financieros?, ¿cuál es el producto entrada al sistema financiero?, ¿cuál es la dinámica de los canales transaccionales tradicionales y emergentes?, ¿cómo ha sido el comportamiento de los productos formales: ahorro, crédito y seguros?, ¿cuáles son los productos y entidades que originan mayor insatisfacción por parte del consumidor financiero?, entre otras.

En esta sexta versión del Reporte, se incluyeron seis recuadros en los temas de Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera, Principales tendencias internacionales en la masificación de los productos de seguros, remesas, evolución reciente del uso del efectivo y Acceso y uso de tecnologías en Colombia.



Como en versiones anteriores se preserva el compromiso para mejorar continuamente la calidad y diversidad de información incluida en el Reporte, con el objetivo de que contribuya a orientar la toma de decisiones de los diferentes actores relacionados con los temas de inclusión financiera.

El Superintendente Financiero de Colombia y la Directora del programa Banca de las Oportunidades, agradecen la colaboración de los equipos de trabajo que participaron en la elaboración de este Reporte Anual de Inclusión Financiera – 2016. Por parte de la Superintendencia participaron: Ernesto Murillo, Samir Kiuhan, Kelly Johanna Granados, Myriam Ramírez y Maria Fernanda Tenjo.

Por parte del programa Banca de las Oportunidades participaron: Nidia Ruth Reyes Salomón, Sara Carolina Gómez Rincón, César Danilo Carpeta Páez y Luisa Fernanda Pira Dussan.

Jorge Castaño Gutiérrez
Superintendente Financiero de Colombia

Juliana Álvarez Gallego
Directora Banca de las Oportunidades

Introduccion



Introducción

Diversos estudios han analizado la incidencia de la inclusión financiera sobre el crecimiento económico, la reducción de la pobreza y la equidad. En este contexto, el Banco Mundial y sus países miembro, se trazaron la meta de lograr acceso financiero para toda la población mundial adulta para 2020¹.

En esta línea, en 2015 CGAP² elaboró un trabajo que recoge numerosa evidencia empírica sobre la conexión entre una mayor inclusión financiera con los temas mencionados, especificando su relación con las 17 metas de desarrollo sostenible³ que fueron acogidas por los 193 países que conforman las Naciones Unidas en septiembre de 2015 en el marco de la definición de la Agenda 2030.

Dentro de la evidencia recogida en este documento se destacan algunos canales que son determinantes en la reducción de la pobreza y una mayor equidad de género. Por ejemplo, tener acceso a servicios financieros formales mejora las capacidades de las personas, en especial de las mujeres, para invertir en actividades productivas, en salud y educación, y a través de estas inversiones salir de la pobreza.

En el caso específico de las mujeres se muestra que al tener acceso a una cuenta de ahorros se aumenta su inversión en actividades productivas y en salud y se reduce la probabilidad de que tenga que vender sus activos ante emergencias.

Similarmente, poder acceder a mecanismos de pago digitales trae beneficios como elevar las posibilidades de la población para recibir remesas ante emergencias, hace más efectivas las transferencias del gobierno tendientes a reducir la pobreza e incluso se eleva la eficiencia de las ayudas humanitarias internacionales ante catástrofes.

1 Banco Mundial, Achieving Universal Financial Access by 2020. Tomado de <http://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/achieving-universal-financial-access-by-2020>.

2 CAGP (2015), achieving the sustainable development goals: the role of financial inclusion.

3 Ibidem, de acuerdo con la evidencia recopilada, la inclusión financiera tiene una relación directa o indirecta con al menos siete de las diecisiete metas de desarrollo sostenible: 1. Erradicar la pobreza, 2. Cero hambre, 3. Salud y bienestar, 4. Educación de calidad, 5. Equidad de género, 10. Reducción de la desigualdad y 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.

La relación de la inclusión financiera con el objetivo de Cero hambre y seguridad alimentaria tiene que ver con las mayores posibilidades de los agricultores y productores rurales para invertir, mejorar su producción y utilidades cuando tienen acceso a cuentas, crédito y seguros. El documento incluye evidencia de países como Ghana y Zambia en los cuales, al tener acceso a seguros climáticos, los productores son más propensos a elevar su inversión, su rendimiento e incluso a cultivar productos más sensibles a cambios climáticos, pero más rentables.

Frente a los objetivos de salud y educación de calidad se aporta evidencia de que el ahorro y los seguros permiten enfrentar mejor las contingencias médicas. En el caso de los gastos en educación se ratifica que el crédito y las remesas focalizados en este tipo de gasto son instrumentos que elevan la inversión en educación y ésta tiene efectos multiplicadores en temas de crecimiento económico, equidad y desarrollo en general.

Lo anterior confirma la importancia que tiene para los países contar con una política pública de inclusión financiera que no es un fin en sí mismo sino un medio para alcanzar objetivos más amplios. Sin embargo, para lograr estos objetivos macro es necesario identificar permanentemente las transformaciones y retos que enfrentan los sistemas financieros. Dentro de los mayores cambios recientes en el entorno financiero sobresalen las nuevas tecnologías, la entrada de actores no tradicionales, el desarrollo de nuevos servicios financieros, la identificación de necesidades específicas en ciertos segmentos de mercado y la entrada de consumidores cada vez más exigentes.

Dado esto, para atender los nuevos perfiles de la demanda, se debe propiciar la innovación centrada en el consumidor (productos de fácil acceso, ágiles y de bajo costo) y el desarrollo de una oferta de valor que responda a las necesidades de los segmentos sub-atendidos o desatendidos por el sistema financiero tradicional, tales como población rural, migrantes - desplazados, mujeres, jóvenes y pequeños comerciantes, entre otros.

Para atender estos desafíos la industria debe trabajar en aspectos como gestionar eficientemente los puntos de acceso que ofrece al consumidor, promover el desarrollo de ecosistemas de pagos digitales e inclusivos, profundizar el análisis de la información y reducir la desconfianza que el usuario tiene hacia el sector financiero a través de una oferta que genere valor y de estrategias de educación económica y financiera que los empoderen y les permita tomar decisiones informadas.



En 2016, el Gobierno Nacional realizó un balance de los logros alcanzados en los últimos diez años en inclusión financiera y re-definió los principales retos para los próximos años, los cuales se recogen en el documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (2016) y en algunas metas incorporadas en el Plan Nacional de Desarrollo (2014 – 2018)⁴. Las iniciativas que se emprendan para alcanzar estos objetivos nacionales requerirán de la articulación permanente entre los actores público – privados relacionados directa e indirectamente con la política pública de Inclusión y Educación Financiera.

Dentro de los avances logrados en inclusión financiera se destaca que Colombia alcanzó el 100% de cobertura o presencia de algún tipo de punto de acceso al sistema financiero en todo el país a comienzos de 2015.

Similarmente, los niveles de inclusión financiera, medida a través del porcentaje de adultos con algún producto financiero formal, han sido crecientes a lo largo del tiempo. Entre 2008 y 2016, el número de adultos excluidos del sistema financiero formal se redujo de 12,7 millones (2008) a 7,8 millones (2016), lo que significó un incremento del indicador de inclusión financiera asociado a los establecimientos de crédito de 21% al pasar 55,5% (2008) a 76,4% (2016)⁵.

A pesar del comportamiento positivo del indicador de inclusión financiera, persisten retos frente al uso activo de los productos financieros. A diciembre de 2016, la diferencia entre tenencia y tenencia activa de productos se estimó en 11%, pues mientras el porcentaje de adultos con algún producto financiero fue de 77,3%, el porcentaje de adultos con algún producto activo fue de 66,3%.

Con el fin de potencializar los logros alcanzados y continuar avanzando en diferentes frentes de la inclusión financiera, la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera definida por Colombia identifica los principales desafíos y propone líneas de acción concretas para superarlos.

En el primer reto consiste en elevar el uso activo de los productos financieros y para abordarlo se proponen iniciativas como: i) desarrollar una oferta financiera de valor para la población que atienda las necesidades y expectativas reales de los consumidores, ii) desarrollar un ecosistema que favorezca las transacciones electrónicas y que involucre a todos los actores de la cadena transaccional (Gobierno, consumidores, pequeños comercios, proveedores, intermediarios financieros, desarrolladores de tecnología – innovadores – empresas de Fintech, Cámaras de Compensación, Redes de Bajo Valor, entre otros) y, iii) desarrollar el mercado de seguros inclusivos a través de un plan de trabajo amplio que involucre acciones en diversos frentes (fortalecimiento de la información, particularmente

4 Diversos estudios a nivel internacional como el Microscopio Global (2016) y el Proyecto de Inclusión Financiera y Digital del Brookings Institution (2016), destacan el liderazgo de Colombia en cuanto a tener un entorno propicio para la inclusión financiera. Dentro de los aspectos que resaltan en el país están el compromiso de largo plazo del Gobierno Nacional con la política de Inclusión Financiera, la creación de la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera (2015), el dinamismo en la expedición de regulación y la coordinación y fortalecimiento del marco institucional que articula a los sectores público y privado entorno al tema.

5 Este indicador aumenta a 77,3% cuando se consideran todas las entidades financieras (establecimientos de crédito, cooperativas con actividad de ahorro y crédito vigiladas por Supersolidaria y ONG especializadas en microcrédito).

desde la demanda; generación de capacidades y acompañamiento a la industria aseguradora y protección al consumidor).

Como un segundo reto la Estrategia identificó la necesidad de cerrar las brechas de acceso y uso de servicios financieros formales entre las áreas urbanas versus las áreas rurales del país⁶ y propone iniciativas como: i) elevar el conocimiento e información sobre inclusión financiera rural, ii) modernizar el sistema de financiamiento rural que opera actualmente en el país (por ejemplo acceso y canalización de los recursos de redescuento y garantías focalizados en el sector rural) y, iii) ajustar y rediseñar los canales y productos financieros a través de los cuales se atiende a la población rural.

En un tercer desafío busca promover alternativas de acceso a financiamiento y desarrollo de las PYMES e incluye iniciativas que contribuyan a elevar la formalización de los pequeños comerciantes, la dinamización de las transacciones financieras y la difusión y mayor uso de instrumentos (garantías mobiliarias y factoring) que favorecen el acceso a financiación por parte de las PYMES.

En el tema de formalización, el gobierno expidió la reglamentación de un esquema simplificado de formalización tributaria (monotributo) que consolida el pago de varios impuestos que son responsabilidad de los pequeños comercios y ofrece incentivos en cuanto a posibilidades para acceder a la seguridad social incluyendo salud, pensiones y cajas de compensación y la eliminación de la retención del 1,5% del valor de las transacciones cuando estas se realicen a través de medios electrónicos.

En cuanto a la creación de un ecosistema que promueva las transacciones electrónicas y que incluya a los pequeños comercios, se propone desarrollar ejercicios piloto que involucren a diversos actores de la cadena, diferentes opciones tecnológicas y de modelos de negocio para buscar las mejores alternativas para escalar y hacer sostenible este tipo de ecosistemas.

En cuanto al uso de mecanismos alternativos de financiación por parte de las PYMES, se busca elevar el conocimiento y utilización de instrumentos como el factoring y las garantías mobiliarias, para las cuales ya se cuenta en el país con la regulación necesaria, pero se requiere de mayores esfuerzos en difusión y uso efectivo de los mismos.

Finalmente, el cuarto desafío priorizado en la Estrategia Nacional consiste en la puesta en marcha de la Estrategia de Educación Económica y Financiera, cuyos pilares y líneas de acción ya fueron desarrollados con el concurso de los sectores público, privado y el apoyo del Banco Mundial.

⁶ A nivel de acceso, por ejemplo, mientras en las ciudades el número de oficinas financieras y de corresponsales por cada 100.000 adultos es de 27,1 y 336,1, respectivamente, en los municipios rurales dispersos estos indicadores se reducen a 14,1 y 150,6, respectivamente. Similarmente, mientras el porcentaje de adultos con algún producto financiero activo en las ciudades es de 73,1%, en los municipios rurales dispersos este se reduce a 43,2%.



En esta sección final de la introducción se resaltan las principales conclusiones de cada capítulo.

A nivel de cobertura y como ya se mencionó, se mantiene el 100% de presencia en todo el territorio nacional alcanzada en el año 2015. Al terminar el 2016, el número total de puntos de acceso ascendió a 481.928, distribuidos entre datáfonos (75,6%), corresponsales (19,6%), cajeros automáticos (3,2%) y oficinas (1,7%).

La mayor parte de estos puntos de acceso están concentrados en las ciudades y municipios intermedios, con excepción de los asesores móviles que tienen una distribución más homogénea en todo el país. Este comportamiento ratifica la necesidad de desarrollar canales innovadores que permitan profundizar la cobertura financiera en las zonas más alejadas y rurales.

En cuanto a tenencia de productos financieros formales, se destaca la evolución positiva del indicador de inclusión financiera el cual se ubicó en 77,3% a diciembre de 2016, que equivale a 25,7 millones de adultos con algún producto financiero en el total de entidades. Este indicador para el número de adultos con tenencia activa de productos desciende a 66,3% que equivale a 22 millones de adultos, para la misma fecha. Este resultado destaca la importancia de seguir desarrollando acciones que contribuyan a cerrar la persistente brecha de uso.

En este capítulo llama la atención la necesidad de llevar a cabo acciones focalizadas en algunos segmentos de la población que presentan menores indicadores de inclusión financiera frente al promedio nacional, dentro de estos segmentos están las mujeres (particularmente en las zonas rurales y en acceso a crédito), los hombres en algunos productos de ahorro, los jóvenes y los adultos mayores de 65 años en la mayoría de los productos analizados.

Durante 2016 ingresaron por primera vez al sistema financiero 999.187 adultos, en su mayoría a través de cuentas de ahorro de los establecimientos de crédito, las cuales representaron el 77,4% del total de los nuevos ingresos.

A nivel departamental, se resalta la baja tenencia activa de productos financieros en Vaupés (17%), Vichada (29,1%) y La Guajira (34,7%) con indicadores muy inferiores frente al promedio nacional (66,3%). Estos departamentos coinciden con aquellos de menor cobertura financiera.

Al terminar el 2016, las empresas con algún producto y con algún producto activo en el total de entidades fueron 751.851 y 561.680, respectivamente.

En cuanto a la transaccionalidad, se observa que continúa la evolución positiva descrita en reportes anteriores. Al terminar el 2016, el número de transacciones en el sistema aumentó en 14% frente a 2015 y el valor transado aumentó en 5%.

Del canal de corresponsales se resalta la alta concentración del número de transacciones en las ciudades y municipios intermedios (75% y 13% respectivamente), en los cuales el tipo de operación más común correspondió a recaudos, mientras que en los municipios rurales (rural y rural disperso) el número de transacciones fue del 9% y los tipos de operaciones más representativos fueron los depósitos (22%) y los retiros (27%).

En esta ocasión el capítulo incluye un análisis del indicador de transacciones virtuales⁷ y transacciones sin efectivo⁸ por cada 100.000 personas, los cuales muestran crecimientos entre 2014 y 2016 de 63% y 43%, respectivamente. Asimismo, la tenencia de servicios transaccionales (número de personas con tarjetas de crédito y débito por cada 100.000 personas) presentó un crecimiento del 17% en el mismo periodo de tiempo.

Del capítulo de cuentas de ahorro, se resalta que éstas continúan siendo el principal producto de entrada al sistema financiero, afirmación que se evidencia tanto en la tenencia (número de adultos con este producto), como en el número de cuentas de ahorro que actualmente hay en el sistema financiero.

A diciembre de 2016, el número de cuentas alcanzó los 62,1 millones de las cuales el 46% estaban activas, 96% eran de ahorro tradicionales y 4% eran cuentas de ahorro electrónicas (cuentas CAE). A nivel de saldo estas cuentas representaron \$157,6 billones de pesos. Las entidades más representativas en número de cuentas y saldo son los bancos.

Por nivel de ruralidad, las ciudades concentran el mayor número de cuentas con un 80,5% del total, seguido por los municipios intermedios (11,8%), rural y rural disperso con 5,2% y 2,5%, respectivamente.

Frente a los productos de crédito, se destaca el avance en la regulación en cuanto a la modernización del sistema de garantías mobiliarias, Ley 1676 de 2013 reglamentada a través del Decreto 1835 de 2015, con resultados positivos en cuanto al uso de las mismas.

Durante 2016, la cartera de créditos tuvo un comportamiento menos dinámico frente a años anteriores debido al desempeño de la economía, registrando un crecimiento inferior al de años anteriores con una variación real anual de 1,9% y nominal de 7,7%, para ubicarse en \$412,2 billones de pesos al finalizar el año.

⁷ Definido como la suma del número de transacciones realizadas a través de Internet y telefonía móvil.

⁸ Definido como la suma del número de transacciones realizadas a través de Internet, telefonía móvil y de tarjetas débito y crédito.



Del capítulo de seguros se destaca la tendencia mundial del sector en dirigir sus acciones a empoderar a los consumidores a través de la tecnología, convirtiendo sus preferencias y necesidades en dinamizador de las innovaciones. Esto se traduce en ofrecer un buen servicio de posventa, segmentando adecuadamente la población y apoyado en las nuevas tecnologías para prestar servicios de excelencia técnica.

En 2016, el valor de las primas emitidas aumentó, aspecto que se evidenció en el incremento del índice de penetración de seguros (valor de las primas emitidas con respecto al PIB) el cual se ubicó en 2,8%. Por su parte, el índice de densidad (gasto promedio mensual en seguros por individuo) se ubicó en \$492.021 pesos al terminar el año, superior en 9,6% nominal frente al valor registrado un año atrás.

Los ramos con mayor participación en el último año fueron los seguros de personas, especialmente, el ramo de vida grupo deudores el cual registró el mayor número de asegurados (25,8%). En cuanto a los ramos de daños, se observó un especial crecimiento en los seguros de sustracción e incendios especialmente entre las mujeres.

En lo referente a las remesas, en el último año Colombia recibió un total de USD4.858 millones, lo que significó un crecimiento del 4,8% frente al 2015. El principal país emisor continúa siendo Estados Unidos (46%), seguido por España (18%).

Asimismo, en 2016 las remesas fueron canalizadas especialmente a través de los bancos y de las Compañías de Financiamiento. Por su parte, el medio de pago empleado para recibir los recursos continúa siendo la ventanilla, con un total de 72,7% y el 27,3% restante a través de abono a cuentas de ahorro o corrientes.

En el caso puntual de remesas, se destaca el impacto que está produciendo la entrada de nuevos actores del sector Fintech, los cuales actualmente se encuentran desarrollando mecanismos de pagos usando tecnología móvil e internet, a través de plataformas en las que no se requiere que el pago sea enviado internacionalmente, lo que cambia la forma tradicional de prestación de este tipo de servicios financieros transfronterizos.

Por último, el capítulo de protección al consumidor, incluye una aproximación a la regulación en materia de protección al consumidor financiero y resalta la reestructuración de la Superfinanciera a través de los Decretos 1848 y 1849 de 2016, los cuales crean la Delegatura de Protección al Consumidor y Transparencia para supervisar de manera integral y con mayor capacidad aspectos de protección al consumidor, conductas de mercado y de ejercicio ilegal de la actividad financiera.



Este panorama general, da cuenta de los principales avances y retos del país en inclusión financiera, desde la oferta y la demanda, haciendo un llamado importante a la industria y al Gobierno en la importancia de considerar temas de innovación, promoción, uso, acceso y regulación, a fin de desarrollar acciones integrales que no solo consoliden los avances en acceso y uso de servicios financieros, sino que permitan asegurar la calidad de los mismos y su impacto positivo en el bienestar de los consumidores.

Recuadro 1: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Colombia

Como ha sido reconocido por diversos estudios a nivel internacional⁹, Colombia se destaca como uno de los países con mejor entorno para la inclusión financiera, esto en gran parte gracias al compromiso de largo plazo del Gobierno colombiano con la política de inclusión financiera. Desde el año 2006, se creó la política pública de Inclusión Financiera¹⁰ denominada Banca de las Oportunidades como un programa del Gobierno Nacional enfocado en desarrollar proyectos para elevar los niveles de inclusión financiera en el país.

En sus primeros años, la política de inclusión financiera estuvo orientada a elevar los niveles de cobertura financiera facilitando el acceso de la población a los servicios financieros, esto se hizo a través de diversos incentivos del Gobierno al sector privado para ampliar la presencia de las entidades financieras (a través de sucursales, corresponsales y asesores móviles), en municipios que por sus características no resultaban sostenibles para el sector financiero.

Posteriormente la política de inclusión financiera ha implementado proyectos en diversos temas relacionados con elevar el uso activo de los productos financieros y desarrollar una oferta más ajustada a las necesidades de la población. En esta línea se han realizado numerosas asistencias técnicas al sector financiero con objetivos diversos, tales como: fortalecimiento institucional, transferencia de metodologías y el apoyo para el desarrollo de productos.

En el año 2016, luego de diez años de implementada la política de inclusión financiera, el Gobierno realizó una evaluación de los avances alcanzados

⁹ Ver Microscopio Global (2016) y Financial and Digital Inclusion Project Report, Brookings (2016).

¹⁰ Documento CONPES 3424 de 2006 y Decreto 3078 de 2006.



y de los nuevos retos en materia de inclusión financiera. Este análisis se recoge en el documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Colombia publicado en agosto de 2016. Este trabajo de identificación y ordenamiento de prioridades se realizó de forma coordinada entre las diversas instancias de Gobierno y con retroalimentación de actores relevantes del sector privado.

La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera convoca a todos los actores involucrados en torno a una agenda común, con metas y objetivos claros. La materialización de esta agenda igualmente exige el concurso coordinado de todos los actores involucrados.

La formulación y adopción de este tipo de estrategias ha venido creciendo en diversos países y el G-20 ha sido la instancia internacional encargada de definir las directrices y principios orientadores para que los países estructuren sus estrategias nacionales de inclusión financiera, atendiendo a las realidades y retos específicos de cada contexto.

El esquema No 1 presenta los pilares y principios orientadores propuestos por el G-20:

Esquema 1: Pilares y principios orientadores a partir del G-20



Fuente: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (basado en el G20), elaboración BdO

Para el caso colombiano, el Gobierno priorizó cuatro aspectos dentro de la Estrategia: i) elevar el uso de productos y servicios financieros formales y las transacciones electrónicas, ii) profundizar la inclusión financiera (acceso y uso) de la población rural, iii) desarrollar esquemas alternativos de financiamiento a pequeñas y medianas empresas (PYMES) y iv) desarrollar y poner en marcha la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (EEF), la cual se presenta en detalle en el recuadro 4.

A continuación, se presenta una síntesis de las principales acciones que en la Estrategia se puntualizan para ser desarrolladas en cada uno de los cuatro aspectos priorizados.

1. Elevar el uso de los productos y servicios financieros formales y las transacciones electrónicas

La importancia de desarrollar acciones concretas en este frente se evidencia al observar las altas tasas de inactividad que presentan productos como las cuentas de ahorros, que es el producto con mayor penetración entre los colombianos y debido al elevado uso de efectivo en la economía, especialmente para la realización de transacciones de bajo valor y alta frecuencia entre personas y entre personas y empresas.

A diciembre de 2016, en el sistema financiero el número de cuentas de ahorro ascendió a 62,1 millones, de las cuales 28,4 millones estaban activas, esto es el 46% del total. Similarmente, a diciembre de 2016, había 23,6 millones de adultos con cuenta de ahorros, de los cuales 17 millones las tenían activas, es decir el 72,2% del total.

Los dos indicadores sugieren que hay algunas causas que impiden un mayor uso activo de los productos financieros y de los pagos electrónicos en la economía. Diversos estudios de demanda¹¹ realizados en el país, identifican causas como los altos costos asociados a los productos financieros formales, la falta de ingresos por parte de algunos segmentos de la población y la falta de productos adecuados como las principales razones para explicar la baja actividad de los productos financieros y el alto uso de efectivo.

Las principales acciones propuestas en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera para avanzar en este tema se resumen en el esquema No 2.

11 Estudio de demanda de Inclusión Financiera, Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia (2015) y Proyecto F Asobancaria, Banco de la República y Redeban (2016).

Esquema 2: Principales acciones propuestas en el tema de uso y transacciones electrónicas

Formalización de pequeños comercios	Digitalización de pagos y recaudos del Gobierno a nivel territorial	Promoción de los pagos electrónicos
<ul style="list-style-type: none"> • Reglamentación del esquema de monotributo¹² (Ley 1819 de 2016). • Piloto de transacciones electrónicas en pequeños comercios (con base en una propuesta realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés)). 	<ul style="list-style-type: none"> • A partir de la consultoría del BID al Gobierno colombiano para identificar barreras y oportunidades de mejora para elevar las transacciones electrónicas de los gobiernos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento a redes de telecomunicaciones en todo el país. • Masificación del acceso a internet

2. Profundizar la inclusión financiera de la población rural

En Colombia, la mayor parte de la población y de la actividad económica están concentradas en las grandes ciudades. Por esta razón, el sector rural se caracteriza por su menor desarrollo socio – económico debido en parte al déficit en infraestructura económica y financiera en dichas regiones¹³.

Tal y como se expone en los capítulos de cobertura y tenencia de productos financieros, numerosos municipios rurales tienen una cobertura financiera insuficiente¹⁴, su población enfrenta riesgos diversos¹⁵ y el nivel de educación económica y financiera es precario. En este contexto, el acceso de la población rural a los servicios financieros básicos es menor frente al observado en las ciudades¹⁶.

Dado lo anterior, unos de los temas priorizados en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia consiste en desarrollar un conjunto de acciones que proporcionen alternativas sostenibles de inserción financiera formal y desarrollo social de la población rural, dentro de las cuales se incluyeron las siguientes:

12 El monotributo es un esquema de tributación simplificado orientado a los pequeños comerciantes informales que fue incluido en la Reforma Tributaria de 2016, a partir de Estudio contratado por BdO (2015). Es una alternativa voluntaria sobre la renta de personas naturales o comerciantes al por menor cuyos establecimientos comerciales tengan un área igual o inferior a 50 mts² y con ingresos brutos anuales de 1.400 a 3.500 UVTs (\$44.602.600 a 111.506.500 millones de pesos). Este esquema ofrece incentivos al comerciante para recibir beneficios de la seguridad social (BEPS o ARL), posibilidad de afiliación a Cajas de Compensación y en aquellos que acepten pagos electrónicos la exención del pago del 1,5% de valor de las transacciones.

13 Ver detalles, Misión Rural (2015), Tomo 2, Capítulo 9: Inclusión productiva y agricultura familiar.

14 Por ejemplo, los municipios denominados de cobertura financiera frágil que son aquellos que tienen como únicos puntos de acceso al sistema financiero uno o máximo dos corresponsales. El detalle de estos se incluye como anexo XXX, del capítulo de cobertura.

15 De acuerdo con la Encuesta Longitudinal de la Universidad de los Andes – ELCA (2013), ver Ensayos sobre Inclusión Financiera en Colombia, capítulo 3, los choques más comunes entre la población que reside en las zonas rurales del país están relacionados con pérdida de cultivos (29,2%), accidente o enfermedad de un miembro del hogar (27,7%), desastre natural (22,3%) y pérdida de semovientes (19,8%).

16 Ibidem, para 2013, el porcentaje de encuestados en zonas rurales con acceso a crédito formal fue de 29,6% frente a 19% que uso mecanismos informales. A nivel de ahorro, el porcentaje de encuestados con acceso a crédito formal fue de 2,1% frente a 11% que uso mecanismos informales.

Esquema 3: principales acciones propuestas para profundizar la inclusión financiera rural

Actualización del modelo de redescuento de recursos de Finagro	Fortalecimiento de los esquemas de garantías para el sector rural
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del redescuento por operaciones en bloque¹⁷ acompañado de un sistema de garantía global que facilite el uso del FAG por parte de los intermediarios financieros. • Revisión a los límites de tasas de interés de los créditos con recursos de Finagro. • Ampliar la red de instituciones financieras que canalizan recursos de redescuento de Finagro (incluyendo cooperativas y ONG). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor conocimiento y uso de las garantías mobiliarias. • Evaluar las condiciones actuales de las garantías del Fondo Agropecuario de Garantías –FAG– (límites máximos de cobertura, viabilidad de garantías globales y estructuración del FAG hipotecario)
Desarrollo del sistema de gestión de riesgos rurales	Desarrollo de iniciativas por parte del Banco Agrario de Colombia y de otros actores
<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar el mercado de seguros inclusivos en el país, con la posibilidad de tener apoyo a pilotos por parte del Gobierno en temas como seguros colectivos, pecuarios y catastróficos. • Estructuración de la unidad de Riesgos Agropecuarios por parte de Finagro, para apoyar y coordinar los esfuerzos de gremios, centros de investigación y academia, para brindar información especializada sobre los riesgos agropecuarios para solucionar asimetrías de información y ajustar los instrumentos actuales de gestión de riesgos agropecuarios¹⁸. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de canales y productos más ajustados a las realidades de la población rural. • Desarrollo de una oferta de servicios financieros "en sitio" incluyendo servicios como el recaudo. • Constitución de canales innovadores, por ejemplo oficinas ligeras o simplificadas a través de las cuales se puedan canalizar créditos de menor cuantía¹⁹ y • Fortalecimiento de esquemas como el de asesores móviles integrales.

3. Desarrollo de esquemas alternativos de financiamiento a PYMES

A pesar del importante aporte de las pequeñas y medianas empresas a la producción y generación de empleo en el país, la profundización de la cartera dirigida a este segmento de mercado es baja comparada con lo observado en otros países de desarrollo similar en América Latina y en el mundo²⁰.

Parte de las razones que explican esta situación incluyen el bajo desarrollo de una oferta de servicios financieros especializada para las PYMES y un gran desconocimiento de los productos existentes por parte de los microempresarios.

17 Ver página 28, del documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.
 18 Ver página 31, del documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.
 19 Ver página 30, del documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.
 20 De acuerdo con el Documento de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (página 14), la relación de la cartera PIME sobre el total de la cartera en Colombia está por debajo de la de otros países como Chile, Japón y Corea. Además, algunos de los mecanismos de financiación existentes se usan muy poco, de acuerdo con los resultados de la Gran Encuesta PYME (ANIF – 2015), solo el 3% de las Pyme utiliza el factoring como mecanismo de financiación debido a que desconocen cómo funciona.

En el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera las acciones propuestas para desarrollar fuentes de financiación alternativas para las PYMES incluyen las siguientes:

Esquema 4: Principales acciones propuestas en relación con nuevas opciones de financiación para PYMES

Elevar el uso de las garantías mobiliarias	Aumentar el conocimiento de esquemas disponibles como el factoring	Proponer la regulación apropiada en torno a esquemas de crowdfunding
<ul style="list-style-type: none"> • Ya se han dado los ajustes regulatorios necesarios para la puesta en marcha de las garantías mobiliarias, no obstante se debe trabajar en un mayor conocimiento y uso de estas por parte de los microempresarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran parte de la regulación necesaria en este tema está expedida: Registro Único de Facturas, factura electrónica como título valor. • Hay que trabajar más en su difusión, conocimiento y uso por parte de los microempresarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ya se publicó el documento de estudio y propuesta de regulación sobre el tema. • Está pendiente la expedición de la regulación definitiva.

Todas las acciones propuestas en la estrategia de inclusión financiera exigen un trabajo conjunto y coordinado entre las distintas instancias del Gobierno que conforman las Comisiones Intersectoriales de Inclusión Financiera y de Educación Económica y Financiera y de estas con el sector privado.

Vale la pena señalar que dentro de la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera se conformaron recientemente dos subcomisiones: la subcomisión rural y la subcomisión Fintech, cuyo trabajo aportará importantes directrices en torno a estos dos temas puntuales.





Cobertura financiera

Cobertura financiera

Introducción

Este capítulo presenta los principales indicadores de cobertura financiera en el país, asociados a la dimensión de acceso de la inclusión financiera.

A través de estos indicadores se hace un seguimiento a la evolución de los puntos de acceso a nivel nacional y municipal, por tipo de entidad (bancos, compañías de financiamiento, cooperativas financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (SES) y ONG especializadas en microcrédito) y por tipo de punto de acceso (oficinas, corresponsales, datáfonos, cajeros automáticos y asesores móviles).

Desde 2015, el país alcanzó el 100% de cobertura en el territorio nacional, situación que se mantuvo durante 2016. A pesar de esto, persisten retos en relación con un mayor alcance de algunos puntos de acceso tradicionales, así como en el desarrollo de canales novedosos que faciliten el acceso a los servicios financieros formales por parte de la población, principalmente la que reside en áreas rurales y rurales dispersas.

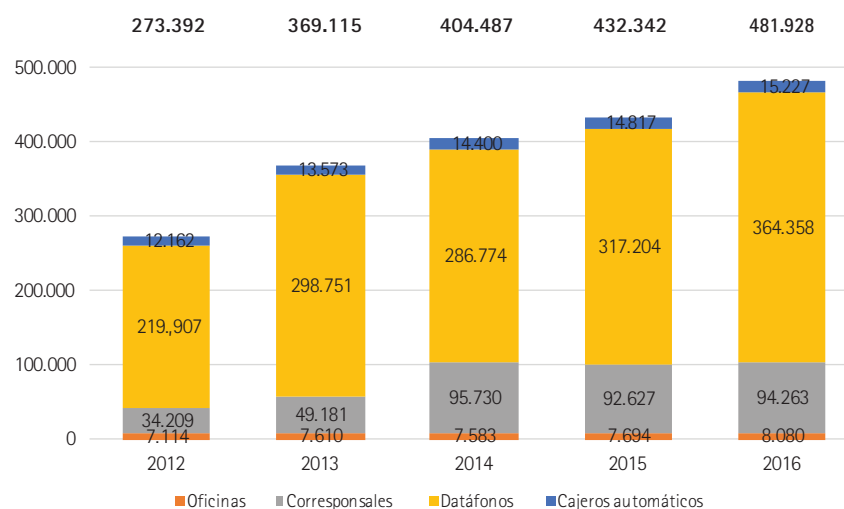
A continuación, se presentan los principales indicadores de cobertura a nivel nacional, territorial e internacional y su evolución en los últimos cinco años.

Análisis nacional

Contrario a la versión de 2015 del Reporte de Inclusión Financiera, este año se incluyó dentro del análisis nacional nuevamente a los datáfonos dada su importancia relativa en el total de puntos de acceso en el país. No obstante, la mayor parte de las operaciones que se realizan a través de estos dispositivos corresponden a pagos en comercios y su ubicación coincide en muchos casos con los sitios en donde operan los corresponsales. Este último aspecto puede generar dobles contabilizaciones de algunos puntos a nivel agregado.



GRÁFICA 1: Evolución en el número de puntos de acceso financiero



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONGs microcrediticias – elaboración Banca de las Oportunidades.

A nivel nacional, a diciembre de 2016 el número total de puntos de acceso para todas las entidades alcanzó los 481.928, nivel que frente al total observado en 2012 (273.392) implicó un incremento en 208.536 puntos durante este período y un crecimiento promedio anual de 15,7%.

Este resultado obedece principalmente a la dinámica de los corresponsales bancarios y los datáfonos, los primeros con un crecimiento promedio anual de 34,2% y los segundos de 14,3%, durante el período.

Con excepción de la disminución en el total de puntos de acceso que se presentó en 2015, debido a la liquidación voluntaria de la Compañía de Financiamiento Mi Plata, se ha mantenido la tendencia de crecimiento en los puntos de acceso, con un aumento promedio anual cercano a 52.000 puntos.

Entre 2015 y 2016, el total de puntos de acceso creció en 11,5%, equivalente a 49.586 nuevos puntos. Los que registraron las mayores tasas de crecimiento en el último año fueron datáfonos que crecieron a razón de 14,9% (47.154) y oficinas a razón de 5,0% (386).

Se destaca también que el número más alto de corresponsales se reportó en el año 2014, a partir de entonces se observa una estabilización en el número total de este tipo de puntos, en el último año, registró un crecimiento anual de 1,8%.

Con respecto a la participación por tipo de punto, la tendencia se mantiene con los datáfonos como el punto más representativo (76%) y los corresponsales (20%). Ambos constituyen el 96% del total de puntos de acceso (PdA). A diciembre de 2016, los cajeros automáticos y oficinas representaron el 3% y 2% del total, respectivamente. Esta composición es similar a la observada en años anteriores.

Al excluir los datáfonos, se observa que el número total de PdA aumentó en casi el doble entre 2012 y 2016, pasando de 53.485 a 117.570 puntos (crecimiento promedio anual de 24,7% durante el período). El comportamiento de los PdA, excluyendo los datáfonos, se explica en su mayoría por la dinámica de los corresponsales y en el último año por el aumento en el número de oficinas.

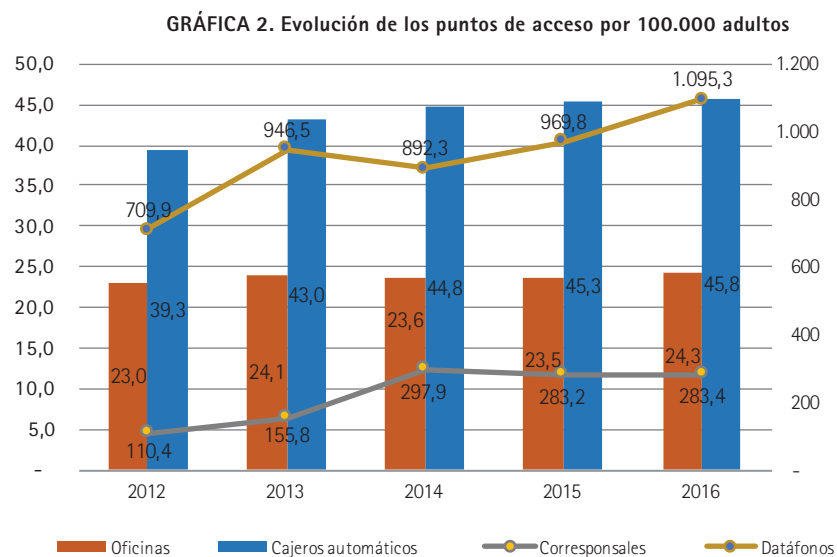
Los cajeros automáticos crecieron a una tasa promedio anual de 5,8% entre 2012 y 2016, que significó 3.065 cajeros adicionales durante este período. En el último año, este tipo de punto creció en 2,8%, representado en 410 nuevos cajeros automáticos frente al dato de 2015.

En reportes previos se ha hecho seguimiento al número de asesores móviles de 17 ONG, las cuales al terminar el 2016, reportaron 2.448 asesores. Este indicador frente al número que se tenía en 2012 (1.166), representa un crecimiento promedio anual de 20%, es decir, 1.282 asesores adicionales durante este período. Para este año, 30 instituciones financieras: 5 bancos, 1 compañía de financiamiento, 1 cooperativa financiera vigilada por SFC, 6 cooperativas vigiladas por SES y 17 ONG, reportaron este tipo de punto de acceso alcanzándose un total nacional de 8.960 asesores móviles a diciembre de 2016. Sin embargo, el análisis nacional y territorial de asesores móviles se concentra en la información suministrada por las ONG, porque se dispone de datos históricos y porque en los demás casos es necesario seguir trabajando la validación y calidad de la información.

A diciembre de 2016, el total de PdA por 100.000 adultos se ubicó en 1.448,7 resultado obtenido principalmente por el comportamiento en el número de datáfonos²¹, los cuales entre 2012 y 2016 pasaron de 710 a 1.095 por cada 100.000 adultos a nivel nacional.

21 En el Reporte del año 2015, se precisó que la disminución observada en el número de datáfonos entre 2013 y 2014 se debió a un ajuste en la información reportada por Credibanco a la Superfinanciera. Por esta razón, en el dato total de datáfonos del año 2014 se excluyen 42.373 datáfonos (que si fueron reportados a la SFC). La Exclusión se hace porque dichos datáfonos hacen parte de un esquema conocido como Red de Redes y son de propiedad de aliados de esta Red.





Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades

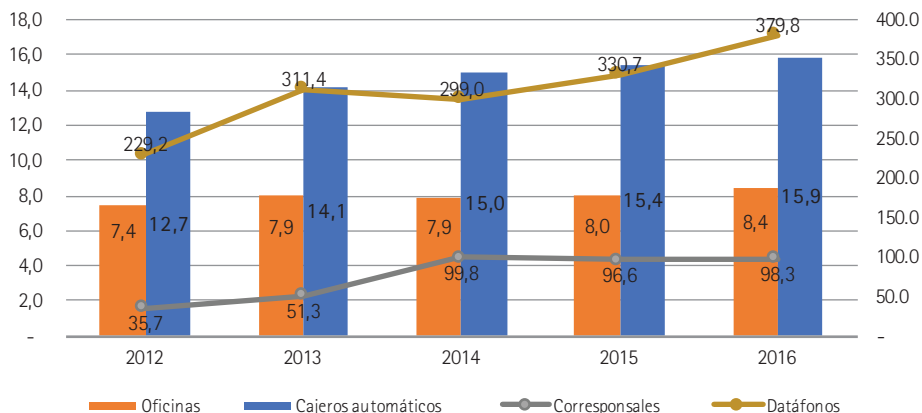
Al considerar el número de PdA por 100.000 adultos sin tener en cuenta los datáfonos, el indicador agregado es de 353,4 puntos de acceso por cada 100.000 adultos, valor que es casi el doble del nivel del año 2012 que era de 173,0 PdA por 100.000 adultos.

El indicador de número de corresponsales por 100.000 adultos pasó de 110,4 (2012) a 283,4 (2016), a nivel de oficinas y cajeros automáticos, el aumento en los indicadores fue de 23,0 y 39,3 (2012) a 24,3 y 45,8 (2016), respectivamente.

En relación con el indicador geográfico, es decir, el número de puntos de acceso por 1.000 km², las cifras pasaron de 285,0 (2012) a 502,4 (2016). En este caso, nuevamente los datáfonos explican en mayor medida el comportamiento del indicador.

El número de datáfonos por 1.000 km² a diciembre de 2016 fue de 379,8. Le siguen el indicador de corresponsales bancarios con 98,3, cajeros automáticos con 15,9 y oficinas con 8,4 por cada 1.000 km².

GRÁFICA 3: Evolución de los puntos de acceso por 1.000 Km2



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y ONGs microcrediticias – elaboración Banca de las Oportunidades

Detalle del comportamiento por tipo de punto

Oficinas

Entre 2012 y 2016, las oficinas en el país aumentaron de 7.114 (2012) a 8.080 (2016), lo que corresponde a un aumento en 966 oficinas y un crecimiento promedio anual de 3,3% durante el período.

Los Bancos son las entidades que más sucursales aportan al total, al terminar el 2016, estos representaron el 75,1%. Las oficinas bancarias crecieron a una tasa promedio anual de 4,5%, durante el período, resultado que se encuentra por encima del crecimiento promedio anual de las oficinas del total de instituciones.

A diciembre de 2016, los 27 bancos reportaron 6.070 oficinas en todo el país, las entidades con mayor cobertura a través de sucursales fueron: Bancolombia 790 (13% del total), Banco de Bogotá 760 (12,5%), Banco Agrario 749 (12,3%), Banco Davivienda 593 (9,8%) y Banco BBVA 477 (7,9%).

Las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por Supersolidaria²² (con una participación de 10,2% en el total de oficinas), aumentaron sus sucursales en 130 entre 2012 (697) y 2016 (827), lo que significó un crecimiento promedio anual de 4,4%.

²² En 2016, se realizó un ajuste metodológico en los datos del número de oficinas reportadas por las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por SES; consecuencia de este ajuste, se actualizó toda la serie histórica de las oficinas de este tipo de entidades incorporándose 18 entidades adicionales.

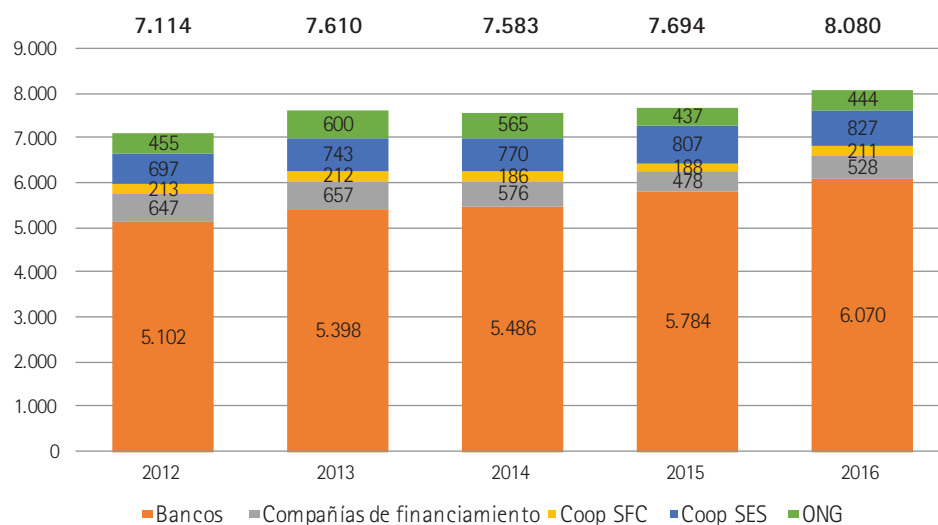


Del total de oficinas reportadas por las 188 cooperativas vigiladas por SES, sobresalen, Coomultrasan (52), Microempresas de Colombia (23), Coasmedas (23) y Coomuldesa (23). Esta distribución en el total de oficinas de las cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la SES indica que la cobertura a través de sucursales en este tipo de entidades es poco concentrado, pues la mayoría de estos puntos están distribuidos entre varias entidades independientes.

Las cooperativas financieras vigiladas por la SFC (5 entidades con una participación del 2,6% en el total de oficinas), presentaron un leve aumento en el número de oficinas entre 2015 y 2016, 23 oficinas adicionales y un crecimiento anual de 12,2% en el último año. De este grupo, las entidades que más aumentaron su cobertura de oficinas fueron: Cootrafa (8), Cooperativa JFK (7) y Cooperativa financiera de Antioquia (4).

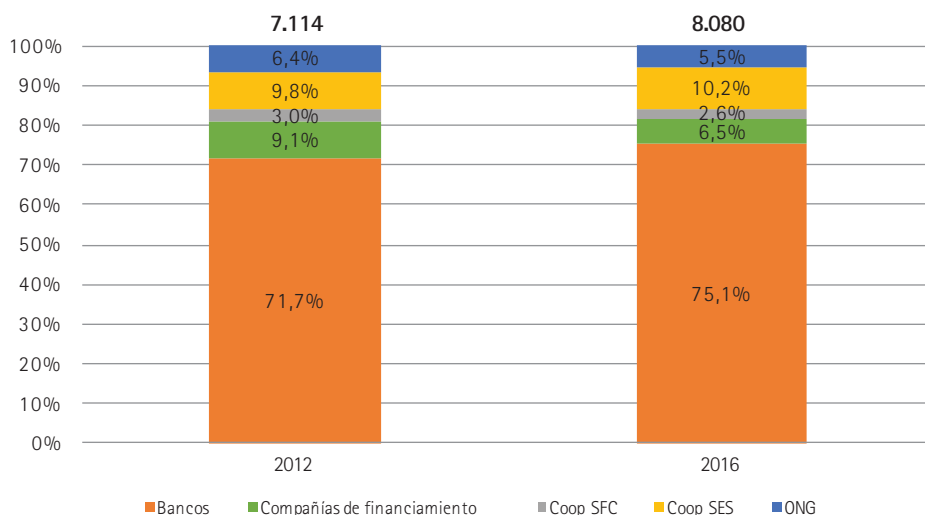
Las ONG, que participan con el 5,5% del total de oficinas, disminuyeron su número de sucursales en 11 puntos entre 2012 (455) y 2016 (444). Similarmente, las compañías de financiamiento mostraron una disminución de 119 puntos en este período, al pasar de 647 (2012) a 528 (2016).

GRÁFICA 4: Evolución del número de oficinas por tipo de entidad



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades

GRÁFICA 5: Composición oficinas por tipo de entidad 2012 vs 2016



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades

Corresponsales

Entre 2012 y 2016, los corresponsales pasaron de 34.209 a 94.263 puntos, crecimiento que fue notorio hasta 2014. A partir de este año, el número total de corresponsales no ha presentado cambios significativos.

Como se ha mencionado en reportes de años anteriores, la dinámica de los corresponsales hasta 2014 estuvo influenciada por el esquema de corresponsalía predominante en Colombia que es a través de agregadores²³, los cuales son contratados por las entidades financieras para que presten algunos servicios financieros en su nombre.

Debido a este modelo y a los formatos de reporte actuales, se estima un sobre reporte en el número de corresponsales cercano al 100%, es decir, el número real de puntos físicos se está contabilizado cerca de dos veces.

A nivel nacional, los bancos continúan siendo las entidades más representativas en este tipo de punto. A diciembre de 2016 alcanzaron 89.255, con una participación de 94,7% del total, seguidos por las compañías de financiamiento con 4.848 puntos (5,1% del total).

El grupo total de cooperativas (vigiladas por SFC y SES) reportaron 160 corresponsales al terminar el 2016, que representan menos del 2% del total. Aunque los corresponsales parecen ser un canal poco representativo en el caso de las cooperativas, en los últimos tres años su número viene en ascenso.

23 Según el estudio realizado por CGAP – BdO (2014), el 72% de los puntos de corresponsales del país eran administrados a través de redes de agregadores, estos agentes a través de sus redes de comercios aliadas prestan servicios financieros y no financieros, dentro de los últimos ofrecen servicios postales, pagos, venta de juegos de azar, recargas a celular, entre otros.



Entre 2014 y 2016, el número de corresponsales de las cooperativas vigiladas por la SFC aumentó de 11 a 57, mientras que en las cooperativas vigiladas por la SES, el número de corresponsales aumentó de 53 a 103.

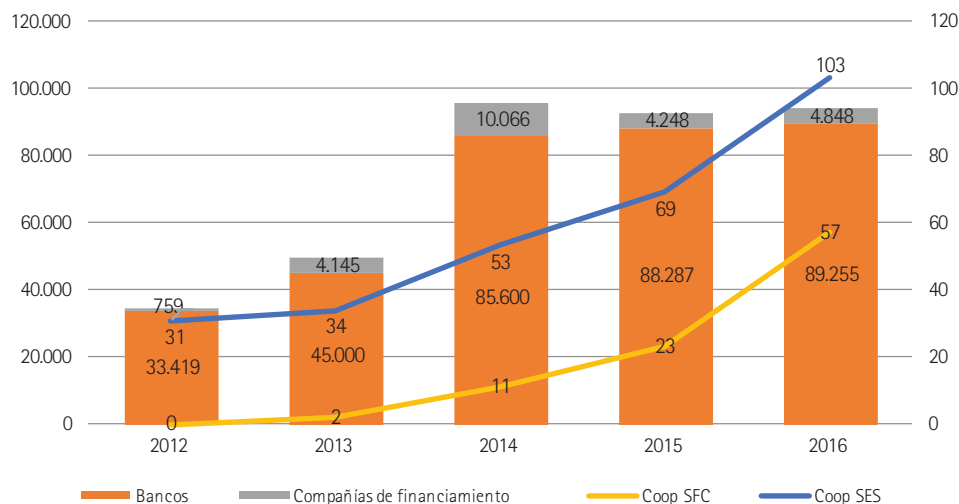
Esto último es una oportunidad ya que aunque el número de corresponsales operado por las cooperativas viene en ascenso, aún es posible potencializarlo.

Al comparar la composición de los corresponsales por tipo de entidad para los años 2012 y 2016, se observa que si bien los bancos son los más representativos en este tipo de punto, su importancia relativa en el total ha disminuido porque otras entidades han fortalecido este canal particularmente las compañías de financiamiento, las cuales aumentaron sus corresponsales de 759 (2012) a 4.848 (2016).

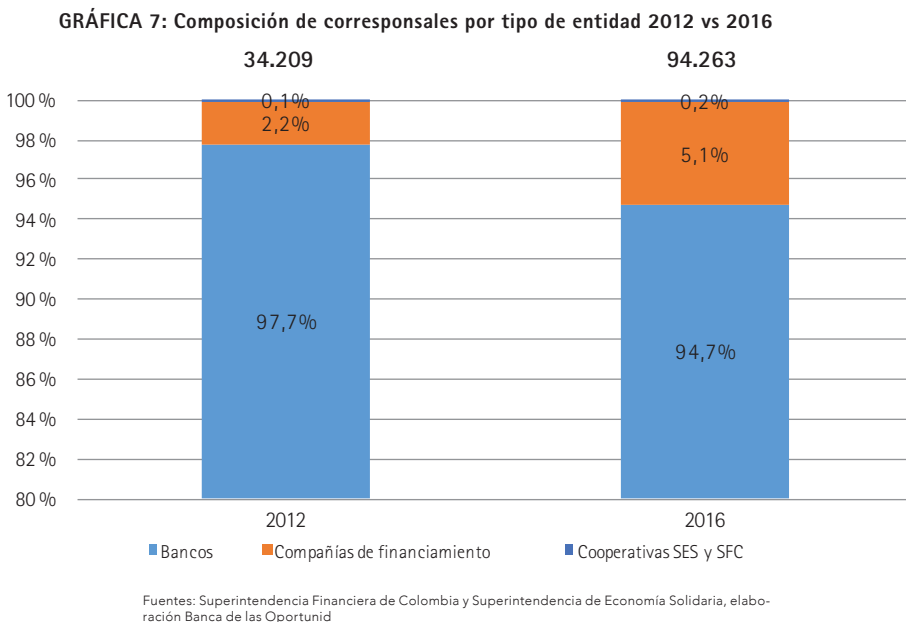
Del grupo de bancos los que tienen una mayor red de corresponsales fueron: Banco de Occidente con 10.213 puntos (10,8% del total), Citibank con 10.036 (10,6%), Banco Caja Social con 9.809 (10,4%), Colpatría con 9.712 (10,3%) y AV Villas con 8.113 puntos (8,6%).

Entre 2015 y 2016, el Banco WWB, Bancolombia y Banco Agrario, fueron las entidades que reportaron el mayor incremento en su red de corresponsales, el primero con 4.740 puntos adicionales, el segundo con 1.480 puntos y el tercero con 1.152 puntos adicionales. A nivel territorial, la red de corresponsales de estas tres entidades creció sobre todo en Bogotá, Antioquia, Cundinamarca y Boyacá.

GRÁFICA 6: Evolución del número de corresponsales por tipo de entidad



Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria, elaboración Banca de las Oportunidades



Cajeros automáticos (ATMs) y Datáfonos

A diciembre de 2016 el número de cajeros automáticos alcanzó 15.227 y los indicadores por 100.000 adultos y por 1.000 Km² se ubicaron en 45,8 y 15,9, respectivamente.

Los bancos fueron las entidades más representativas en número de cajeros automáticos con un total de 12.912 (84,8%), seguidos por Servibanca con 2.315 (15,2%).

Entre 2012 y 2016, los cajeros automáticos de los bancos crecieron a una tasa promedio anual de 6%, representada en 2.649 ATMs adicionales en este período. Entre 2015 y 2016, el número de cajeros automáticos de los bancos aumentó en 352 (crecimiento anual de 2,8%), en su mayoría de propiedad de Bancolombia (239).

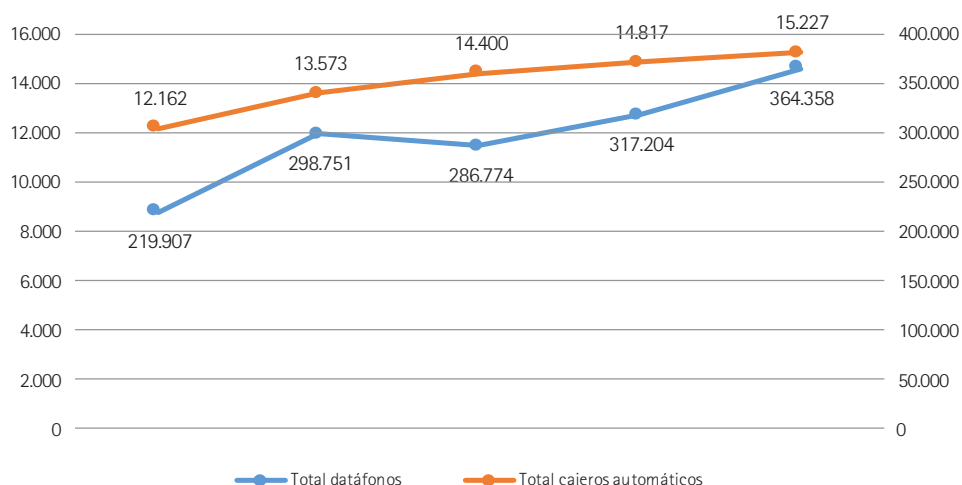
Los cajeros automáticos de Servibanca, aumentaron en 416 entre 2012 y 2016, lo que significó un crecimiento promedio anual de 5,2% durante este período.

Los datáfonos por su parte llegaron a 364.358 a diciembre de 2016, de los cuales el 97% pertenece a las redes de bajo valor (Credibanco y Redeban). Entre 2012 y 2016, el número de datáfonos aumentó en 144.845 dispositivos, lo que significó un crecimiento promedio anual de 14,9% durante este período.

Al finalizar el 2016, los indicadores de datáfonos por 100.000 adultos y por 1.000 km² se ubicaron en 1.095 y 379,8, respectivamente.



GRÁFICA 8: Evolución del número de ATMs y Datáfonos (2012 – 2016)



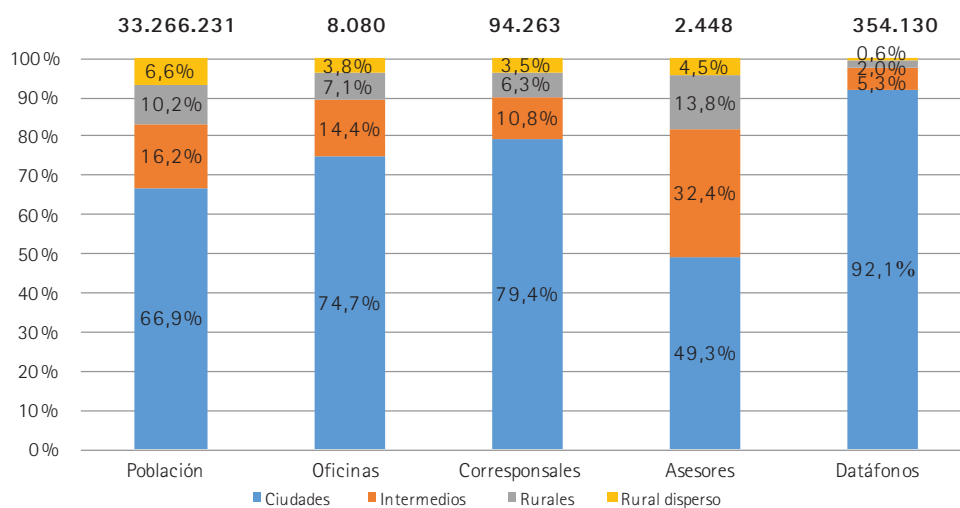
Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia y Redes de Bajo Valor, elaboración Banca de las Oportunidades

Análisis departamental y municipal

Colombia, como muchos países de América Latina, tiene la mayor parte de su población concentrada en las ciudades y aglomeraciones, lo que hace que el desarrollo económico esté muy centralizado y en consecuencia la infraestructura financiera también, esto también significa que se presenten brechas importantes al comparar los indicadores de cobertura de las ciudades con los de los municipios rurales del país.

Esta concentración territorial de la población se refleja en los indicadores de cobertura asociados a los diversos puntos de acceso financiero.

GRÁFICA 9: Distribución de los puntos de acceso según nivel de ruralidad - 2016²⁴



24 Se precisan dos aspectos frente a las cifras: i) para los asesores móviles se tomó solo el número reportado por las 17 ONG y ii) la información municipal de datáfonos fue reportada directamente por las redes de bajo valor (Credibanco y Redeban).

Fuentes: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias. La información municipal de datáfonos fue proporcionada por las redes de bajo valor Redeban y Credibanco, elaboración Banca de las Oportunidades.

Al detallar la distribución de los PdA por nivel de ruralidad, los asesores móviles son los que presentan una distribución más homogénea en los diferentes tipos de municipios. Los demás puntos de acceso, se concentran en las ciudades y municipios intermedios, evidenciando que persiste el desafío de desarrollar canales y mecanismos de acceso alternativos para llevar servicios financieros formales a las zonas más apartadas. Los asesores móviles se presentan como una alternativa valiosa para este objetivo porque gracias a su movilidad pueden llegar hasta donde el usuario se encuentra.

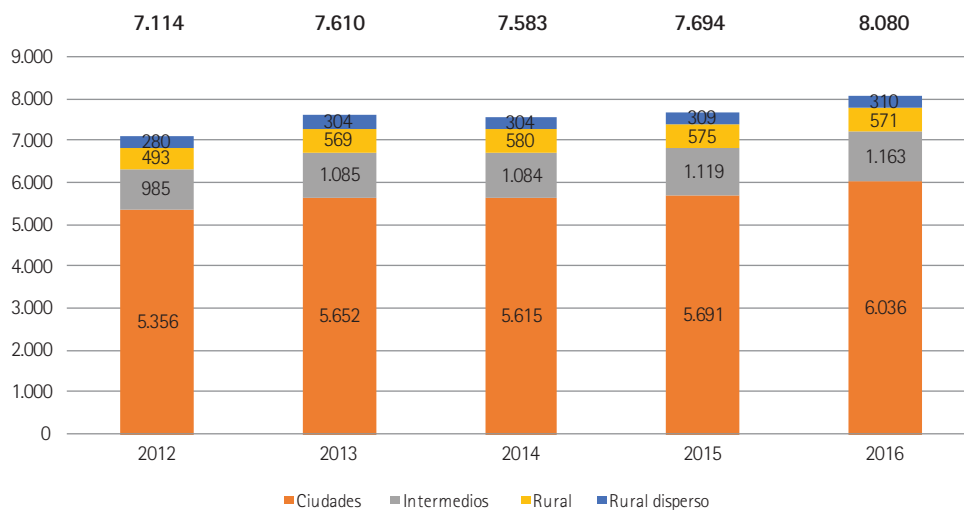
A futuro es importante monitorear en mayor detalle la dinámica de los asesores móviles, para determinar con precisión qué entidades utilizan este canal, qué tipo de servicios ofrecen y cuál es la tecnología incorporada para su operación para promover su profundización.

Oficinas

Las oficinas han crecido en número en todos los niveles de ruralidad, principalmente en municipios intermedios y rurales. A nivel nacional, el crecimiento promedio anual de las oficinas fue de 3,3% entre 2012 y 2016; dicha tasa fue de 4,3% en intermedios y 3,9% en rurales, que corresponden a 178 y 78 oficinas adicionales en estos municipios, respectivamente.

En contraste, se observó un menor crecimiento promedio anual entre 2012 y 2016 en las ciudades con 3,1% (680 oficinas adicionales) y en los municipios rurales dispersos, con 2,6% (30 oficinas adicionales).

GRÁFICA 10: Evolución del número de oficinas por nivel de ruralidad 2012 - 2016



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.



El número de oficinas por 100.000 adultos para cada uno de los niveles de ruralidad es consistente con los datos descritos. Mientras a nivel nacional el indicador aumentó en 1,3 puntos entre 2012 y 2016, el mayor incremento se observa en los municipios intermedios y rurales con 1,7 puntos cada uno.

Entre 2012 y 2016, el indicador de número de oficinas por 1.000 km² continuó estable. Las ciudades fueron los únicos tipos de municipio en los que el indicador presentó incremento, pasando de 73 (2012) a 82,1 (2016).

Tabla 1: Oficinas financieras por cada 100.000 adultos por nivel de ruralidad

Tipo de entidad	2012	2013	2014	2015	2016
Ciudades	26,0	26,9	26,2	26,0	27,1
Intermedios	19,8	21,4	21,0	21,3	21,6
Rural	15,1	17,3	17,3	16,8	16,8
Rural disperso	13,1	14,0	13,9	14,2	14,1
Total Nacional	23,0	24,1	23,6	23,5	24,3

Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

Tabla 2: Oficinas financieras por cada 1.000 km² por nivel de ruralidad

Tipo de entidad	2012	2013	2014	2015	2016
Ciudades	73,0	77,0	76,5	77,5	82,1
Intermedios	10,0	10,8	10,7	11,0	11,2
Rural	2,2	2,5	2,6	2,5	2,5
Rural disperso	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6
Total Nacional	7,4	7,9	7,9	8,0	8,4

Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

Detallando la cobertura a través de oficinas en los municipios rurales dispersos, solo 12 bancos tienen presencia en este tipo de municipios con 239 oficinas, de estos, sobresale el Banco Agrario con 189 oficinas y Bancolombia con 11.

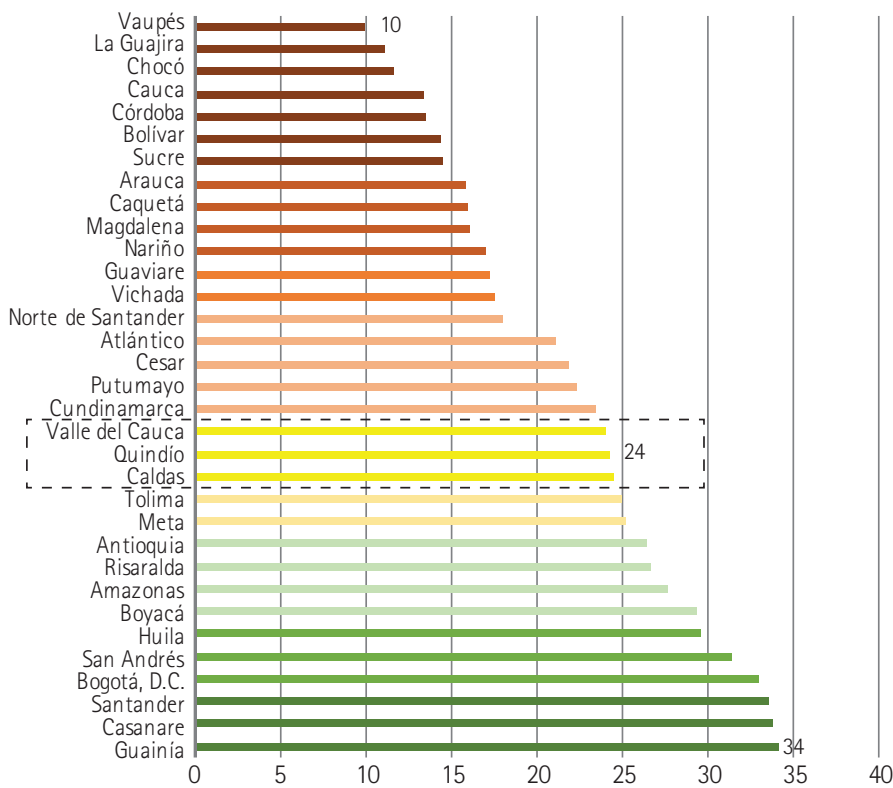
De otro lado, solo 30 cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la SES tienen presencia en los municipios rurales dispersos con 54 oficinas. Las entidades con mayor número de sucursales en este tipo de municipios son Coomuldesa (5), Cooperativa Congente (4) y Comultrasan (4).

Finalmente, para el caso de las ONG, solo 5 de estas entidades tienen presencia en municipios rurales dispersos con 13 oficinas, distribuidas así: Contactar (6), Fundación de la Mujer (2), Crezcamos (2), Fundación Avanzar (2) y Fundación Amanecer (2).

Este panorama muestra que hay oportunidad para que otras instituciones financieras fortalezcan su presencia en estos territorios y mejoren las condiciones de acceso de la población que reside en estos municipios.

A nivel departamental, 18 de los 32 departamentos tienen un indicador de número de oficinas por 100.000 adultos por debajo del promedio nacional (24,3). Llamamos la atención, por su menor cobertura a través de oficinas, los departamentos de Vaupés (10), La Guajira (11), Chocó (12), Cauca (13), Córdoba (13) y Bolívar (14).

GRÁFICA 11: Número de oficinas por 100.000 adultos por departamento



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades.

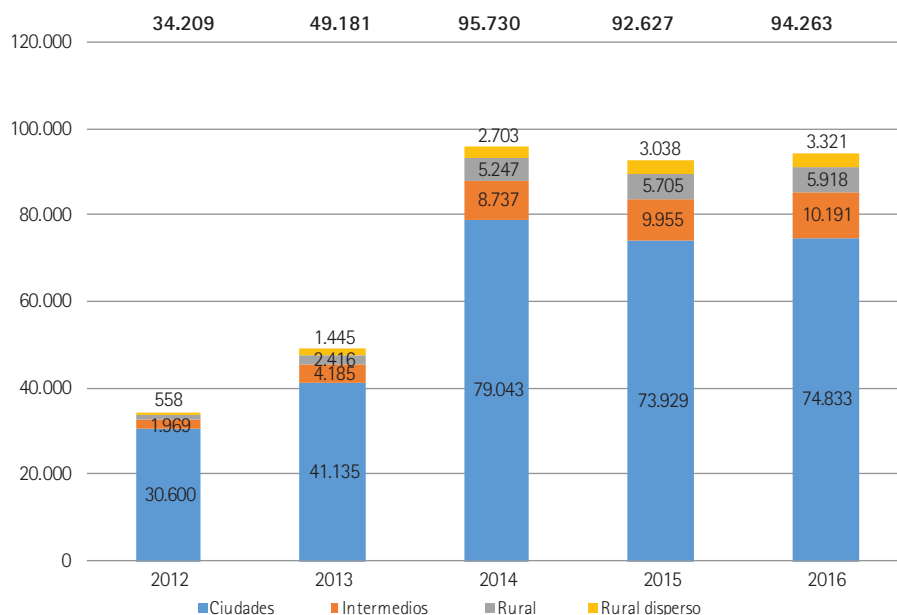
Corresponsales Bancarios

Aunque los corresponsales son un canal concentrado en las ciudades, hay que destacar que en los últimos cinco años, su mayor dinamismo se presentó en los municipios rurales y rurales dispersos, con crecimientos promedio anuales de 63,2% y 66,9%, respectivamente. Entre 2012 y 2016, el número de corresponsales en municipios rurales aumentó de 1.082 a 5.918 puntos, mientras que, en los municipios rurales dispersos creció de 558 a 3.321 puntos.



En los municipios rurales dispersos se reportaron 3.321 corresponsales, de estos, 3.110 pertenecen a los bancos, particularmente a Bancolombia (446), Banco Davivienda (355), Banco de Bogotá (335) y Banco Agrario (327).

GRÁFICA 12: Evolución del número de corresponsales por nivel de ruralidad 2012 – 2016



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria, elaboración Banca de las Oportunidades.

A diciembre de 2016 el indicador de número de corresponsales por 100.000 adultos se ubicó para el promedio nacional en 283,4. Este indicador presenta una importante variación entre su nivel en las ciudades (336,1) y su nivel en los demás tipos de municipios. La cobertura a través de corresponsales en las ciudades es más de dos veces valor el observado en los municipios rurales dispersos.

Tabla 3: Corresponsales por cada 100.000 adultos por nivel de ruralidad

Tipo de entidad	2012	2013	2014	2015	2016
Ciudades	148,4	195,6	368,5	338,3	336,1
Intermedios	39,6	82,5	169,6	189,6	189,0
Rural	33,2	73,5	156,2	166,8	173,9
Rural disperso	26,2	66,6	123,9	139,2	150,6
Total Nacional	110,4	155,8	297,9	283,2	283,4

Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria, elaboración Banca de las Oportunidades.

Con respecto al indicador de número de corresponsales por 1.000 Km², para el total nacional éste se ubicó en 98,3 a diciembre de 2016. Es de destacar que este indicador en las ciudades está muy por encima del observado en los demás tipos de municipios, 10 veces mayor frente a los intermedios, 39 veces mayor frente a los rurales y 170 veces mayor frente a los rurales dispersos. Estas diferencias se explican debido a la mayor extensión del área geográfica en km² de las áreas rurales comparada con el área de las zonas urbanas.

Tabla 4. Corresponsales por cada 1.000 Km² por nivel de ruralidad

Tipo de entidad	2012	2013	2014	2015	2016
Ciudades	416,8	560,3	1.076,7	1.007,0	1.017,3
Intermedios	20,0	41,7	86,1	97,6	97,9
Rural	4,8	10,7	23,2	24,9	26,0
Rural disperso	1,0	2,6	4,8	5,5	6,0
Total Nacional	35,7	51,3	99,8	96,6	98,3

Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria, elaboración Banca de las Oportunidades.

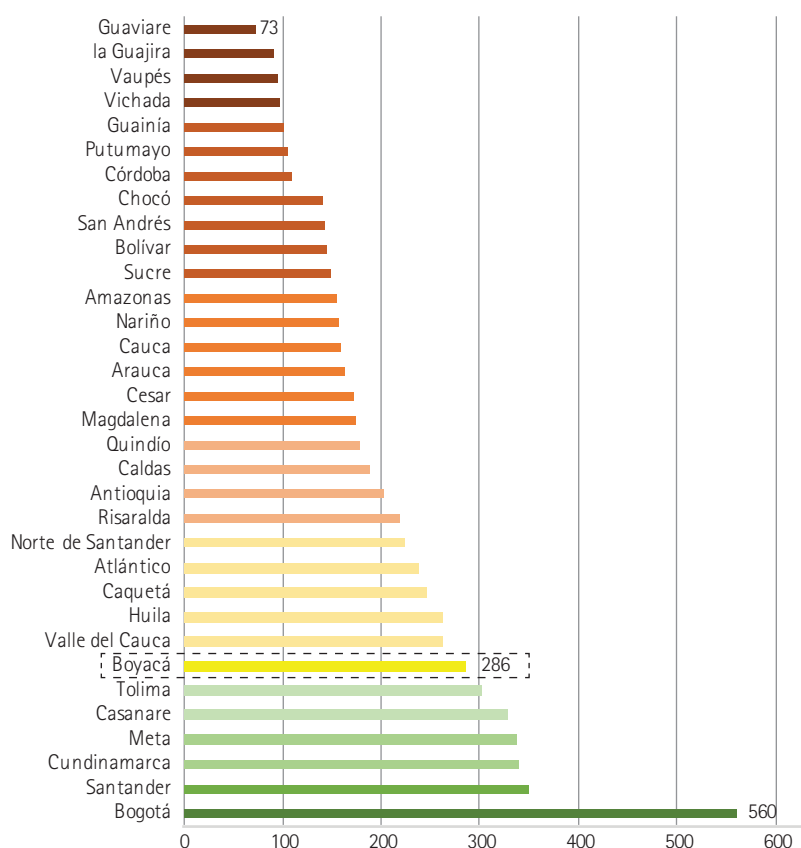
Al observar el número de corresponsales por 100.000 adultos por departamentos, se ratifica la alta concentración de este canal en algunas áreas del país, siendo particularmente pronunciada en Bogotá, con 560 puntos.

Asociado a esto sólo 6 departamentos de los 32 tienen un indicador por encima del promedio nacional (283,4), estos son: Santander (350), Cundinamarca (339), Meta (338), Casanare (329), Tolima (303) y Boyacá (286).

En contraste, los departamentos con menor cobertura demográfica (por 100.000 adultos) a través de corresponsales son: Guaviare (73), La Guajira (91), Vaupés (95), Vichada (98), Guainía (102), Putumayo (105) y Córdoba (110).



GRÁFICA 13: Número de corresponsales por 100.000 adultos por departamento



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria, elaboración Banca de las Oportunidades.

Asesores Móviles

La información que se presenta en esta sección corresponde únicamente a la de las ONG, por ser la información para la cual se dispone de información histórica.

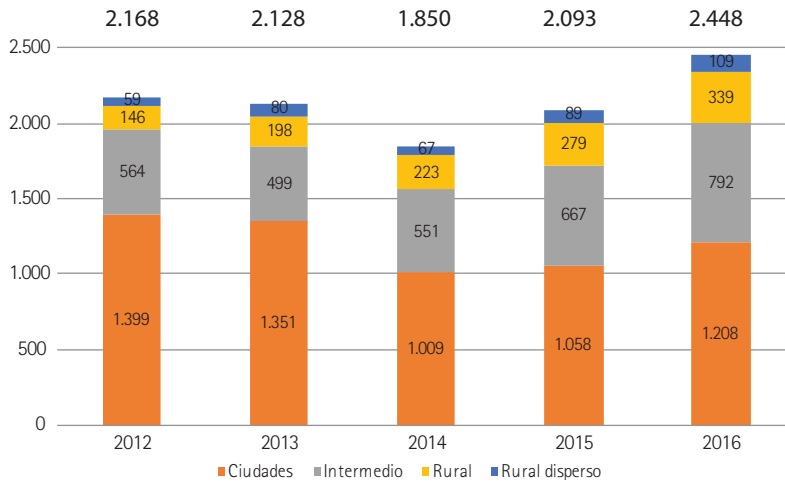
Los asesores móviles han adquirido cada vez mayor importancia, por ser un mecanismo versátil y flexible para llegar a la población más apartada del país, lo que se evidencia en su distribución más homogénea en los diferentes tipos de municipios. En contraste los demás tipos de PdA se caracterizan por su alta concentración en las ciudades.

A diciembre de 2016, las ONG reportaron un total de 2.448 asesores, 49,3% en las ciudades, 32,4% en intermedios, 13,8% en rurales y 4,5% en rurales dispersos.

Entre 2012 y 2016, el crecimiento promedio anual de los asesores móviles a nivel nacional fue de 20%, con crecimientos mayores en las ciudades (22%) e intermedios (26%).

En el último año, el aumento de los asesores móviles fue de 17%, para este período los municipios en los que más se dinamizó el canal fueron los rurales y rurales dispersos con crecimientos anuales de 22% en cada caso.

GRÁFICA 14: Asesores móviles por nivel de ruralidad para las ONG



Fuentes: ONG microcrediticias, elaboración Banca de las Oportunidades

Datáfonos

Entre 2015 y 2016 se observa una tendencia creciente en el número de datáfonos en el país, con un crecimiento anual de 15%, que corresponde a 46.297 datáfonos adicionales en el último año.

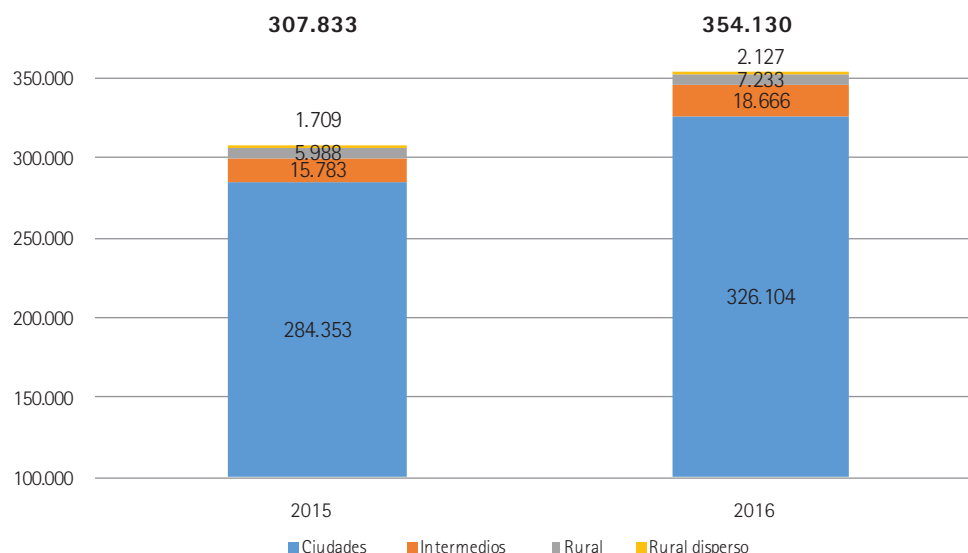
Como ocurre con los otros puntos de acceso, estos dispositivos están ubicados principalmente en las ciudades las cuales concentran el 92% del total. La ubicación de esta infraestructura está asociada al tipo de servicio más importante que prestan al consumidor financiero, que es el de permitir pagos electrónicos en comercios.

Como se presenta en el capítulo de tenencia de productos financieros, la mayoría de los usuarios que tienen cuenta de ahorros y tarjeta de crédito están localizados en las ciudades y este factor resulta determinante para explicar la ubicación y crecimiento de este tipo de dispositivos.

A pesar de que los datáfonos son un canal urbano, hay que destacar el incremento que estos dispositivos han mostrado en los municipios rurales y rurales dispersos. Entre 2015 y 2016, se observaron crecimientos anuales de 21% y 24%, respectivamente, que corresponden a 1.245 y 418 datáfonos adicionales en cada caso.



GRÁFICA 15: Evolución del número de datáfonos por nivel de ruralidad entre 2015 y 2016²⁵



Fuente: DANE, DNP, Redes de Bajo Valor (Credibanco y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.

A diciembre de 2016, los datáfonos de las Redes de Bajo Valor cubrían 928 municipios de los 1.102 del país, esto es el 84,2% del territorio nacional. Esto quiere decir, que al cierre de 2016 había 178 municipios que no tenían este tipo de infraestructura para dinamizar las transacciones electrónicas a través de los comercios.

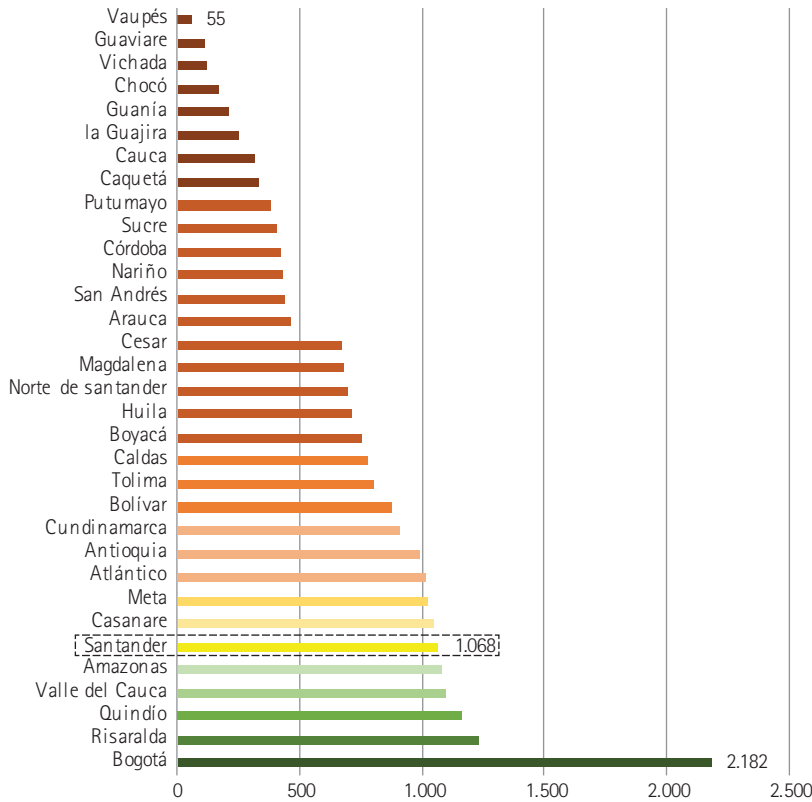
En el grupo de municipios que no tenían datáfonos hay dos ciudades (San Cristóbal - Bolívar y Nariño - Nariño), 11 municipios intermedios localizados en su mayoría en los departamentos de Bolívar y Nariño, 30 municipios rurales y 59 municipios rurales dispersos, localizados principalmente en Boyacá y Chocó.

A finales de 2016, los departamentos que presentan un menor indicador de número de datáfonos por 100.000 adultos fueron: Vaupés (11), Guainía (24), Vichada (45) y Guaviare (71).

En el extremo superior del indicador de datáfonos por 100.000 adultos sobresalen Bogotá (2.182) y los departamentos de Risaralda (1.230), Quindío (1.163), Valle del Cauca (1.101), Amazonas (1.077) y Santander (1.068).

²⁵ Se aclara que la información municipal de datáfonos considerada en esta sección corresponde a la reportada directamente por las Redes de Bajo Valor. Esta difiere ligeramente de la que se encuentra publicada oficialmente en la página de la Superfinanciera, así para diciembre de 2015 y diciembre de 2016, los datos reportados por ambas redes a la Superfinanciera fueron de 306.799 y 353.905, respectivamente.

GRÁFICA 16: Número de datáfonos por 100.000 adultos por departamento

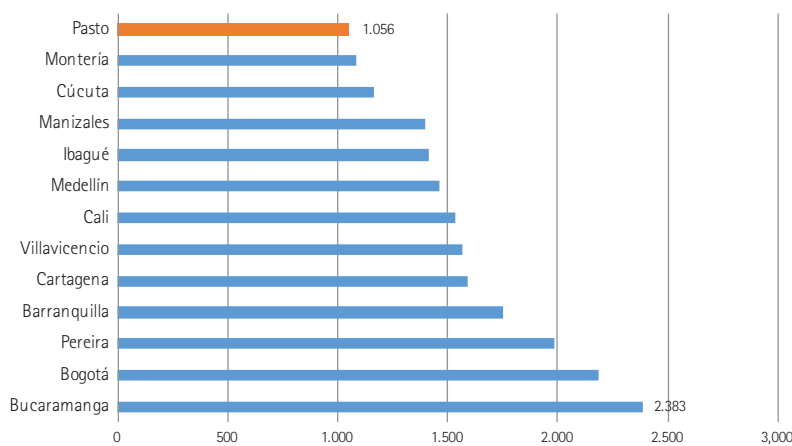


Fuente: DANE, DNP, Redes de bajo valor (Credibanco y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.

A nivel de las 13 ciudades principales, todas tienen un indicador de más de 1.000 datáfonos por cada 100.000 adultos. De estas todas con excepción de Pasto (1.056 datáfonos por 100.000 adultos) tienen indicadores por encima del promedio nacional (1.068).

Sobresalen con los mayores indicadores Bucaramanga (2.383) y Bogotá (2.182).

GRÁFICA 17: Número de datáfonos por 100.000 adultos en las 13 ciudades principales



Fuente: DANE, DNP, Redes de Bajo Valor (Credibanco y Redeban), elaboración Banca de las Oportunidades.



Al final de este capítulo se incluyen algunos anexos que detallan a nivel municipal el cambio en la cobertura financiera a través de oficinas y corresponsales por 100.000 adultos entre 2012 y 2016, así como la situación de cobertura financiera frágil al terminar el año 2016.

Comparativo internacional

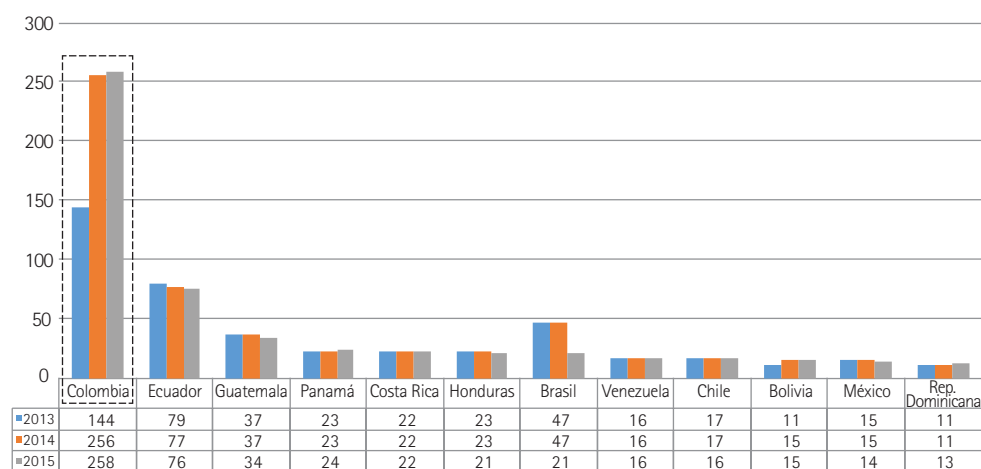
La información de esta sección está basada en los reportes de la Encuesta de Acceso a Servicios Financieros que publica anualmente el Fondo Monetario Internacional (Encuesta FAS -2015, por su sigla en inglés).

De acuerdo con esta información, a diciembre de 2015, el número agregado de oficinas y corresponsales de los bancos en Colombia ascendió a 94.074 puntos, cifra que es tres veces mayor a la de otros países de la región de América Latina, como México (12.831 puntos) y Brasil (32.950 puntos).

En términos del número de puntos de acceso por 100.000 adultos (agrupando sucursales y corresponsales), a finales de 2015, Colombia lideró el grupo de países de la Región, con 258 puntos, mientras que otros países reportaron indicadores inferiores, entre ellos Ecuador (76 puntos), Guatemala (34), Panamá (24), Costa Rica (22) y Honduras (21 puntos).

En el análisis del número de oficinas y corresponsales de Bancos por 1.000 km², el comportamiento es similar al del indicador por 100.000 adultos. A diciembre de 2015, Colombia lidera el ranking con 85 puntos por cada 1.000 Km², seguido de Ecuador (35), Guatemala (33) y República Dominicana (19).

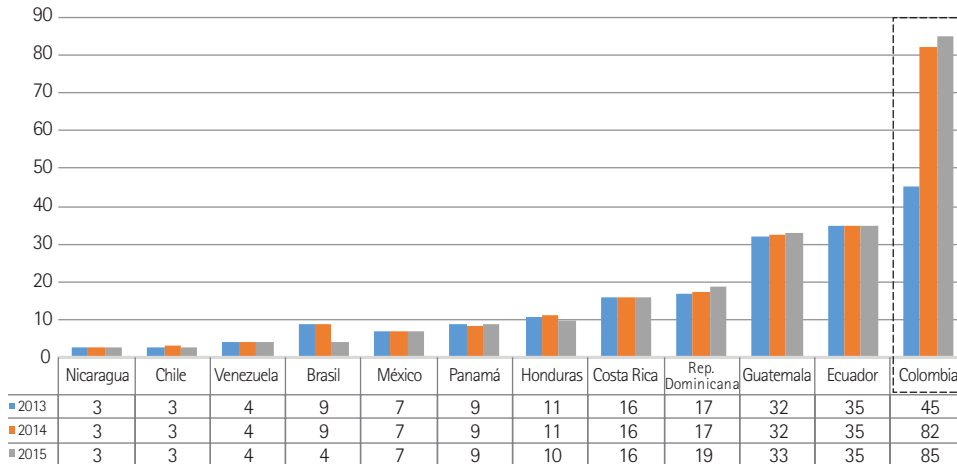
GRÁFICA 18: Número de Oficinas y Corresponsales de Banco por 100.000 adultos comparativo 2013 a 2015²⁶



26 En esta sección se presenta la información de los 12 países de América Latina y el Caribe con mayores niveles en cada uno de los indicadores considerados.

Fuente: Encuesta FAS (2015), elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICA 19: Número de Oficinas y Corresponsales de Banco por 1.000 km2 comparativo 2013 a 2015



Fuente: Encuesta FAS (2015), elaboración Banca de las Oportunidades.

Con relación a la red de cajeros automáticos, el liderazgo lo tiene Brasil, que en total reportó 182.378 cajeros automáticos a finales de 2015. Le siguen en número de cajeros, México (46.627) y Perú (26.976). Perú presentó un gran aumento en la red de cajeros automáticos, explicado en una reclasificación de la información que venían reportando al FMI. Colombia se ubicó en el quinto lugar en número de cajeros automáticos (14.817).

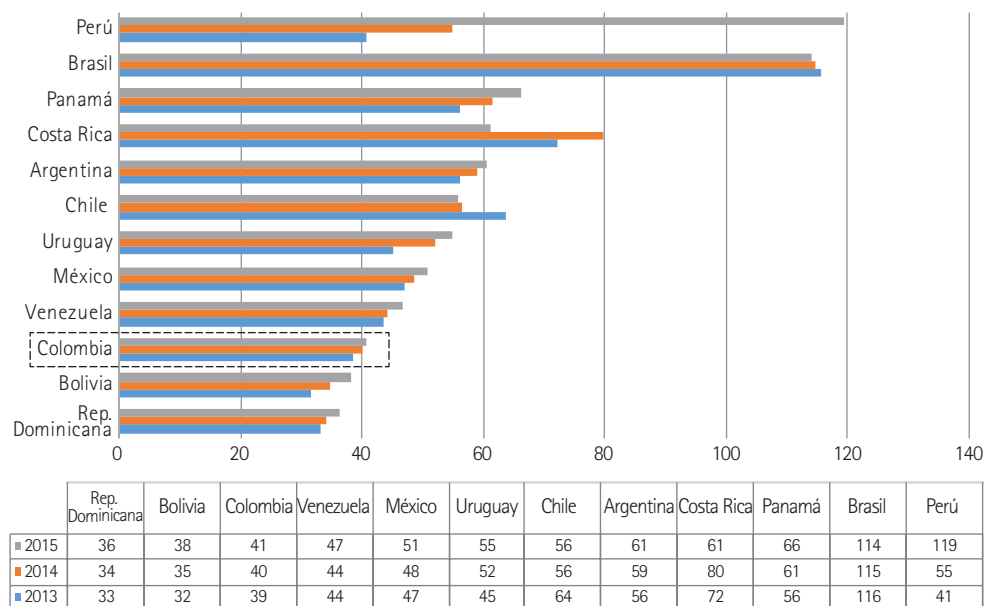
En relación con el número de cajeros automáticos por 100.000 adultos, los países con mayores indicadores corresponden a Perú, Brasil y Panamá con 119, 114 y 66 cajeros automáticos por cada 100.00 adultos, respectivamente.

Por su parte, Colombia ocupó el décimo lugar con un indicador de 41 cajeros automáticos por cada 100.000 adultos.

Finalmente, el número de cajeros automáticos por 1.000 km² lo lideró República Dominicana con 55, seguido por Costa Rica, Guatemala y Panamá con 45, 33 y 26 cajeros automáticos por 1.000 km², respectivamente. Colombia se ubicó de octavo en este indicador con 13 cajeros por cada 1.000 km².

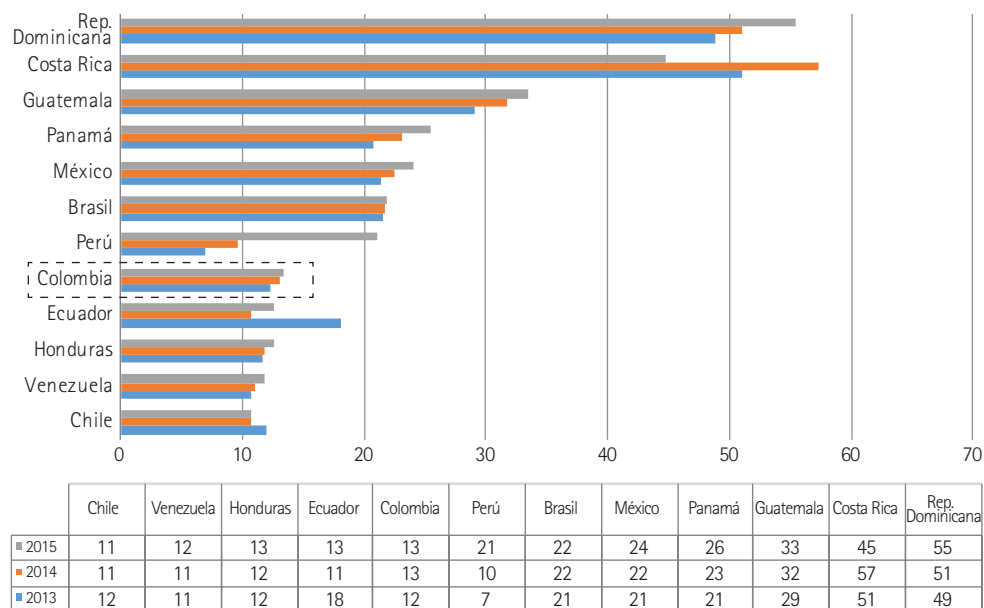


GRÁFICA 20: Número total de Cajeros Automáticos (ATMs) por 100.000 adultos comparativo 2013 a 2015



Fuente: Encuesta FAS (2015), elaboración Banca de las Oportunidades.

GRÁFICA 21: Número total de Cajeros Automáticos (ATMs) por 1.000 km2 comparativo 2013 a 2015



Fuente: Encuesta FAS (2015), elaboración Banca de las Oportunidades.

Conclusiones

Para 2016, se mantuvo la evolución positiva en materia de cobertura financiera, los corresponsales mostraron gran dinamismo particularmente en los municipios rurales y las oficinas crecieron en todos los tipos de municipios.

El número de municipios con presencia exclusiva de uno o dos corresponsales, denominados para efectos de este informe como municipios con cobertura financiera frágil, se redujo de 56 a 38 entre 2015 y 2016.

Sobresale el dinamismo en la cobertura de oficinas, las cuales para el último año crecieron a una tasa de 5%, lo que significó la apertura de 386 oficinas adicionales en el último año, principalmente de los Bancos.

Los datáfonos y los corresponsales bancarios son los puntos de acceso más extendidos en el país, ambos con una alta concentración en las ciudades y municipios más grandes.

En el caso de los datáfonos los mayores indicadores en las ciudades se explican en el tipo de servicios que prestan que están orientados a facilitar los pagos electrónicos en comercios mediante el uso de tarjetas.

Se destaca el crecimiento de los corresponsales en las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por SES y SFC en el último año, a pesar de que su red de corresponsalía sigue siendo marginal frente a la de los bancos y compañías de financiamiento. En este sentido, se resalta la oportunidad que tienen estas entidades para fortalecer su presencia en las zonas más alejadas del país a través de este canal y de paso contribuir a reducir las brechas en cobertura que existen entre las zonas urbanas y rurales.

Los asesores móviles por su parte ofrecen un gran potencial para llegar de forma costo – eficiente a las zonas rurales y apartadas, dada su facilidad de movilización hasta las comunidades. A futuro, es importante continuar fortaleciendo el reporte de la información de este tipo de punto para conocer mejor su evolución y los servicios que ofrecen a las comunidades, teniendo en cuenta además de las ONG, las otras instituciones financieras que cuentan con este canal de acceso.

De acuerdo con el indicador demográfico (100.000 adultos), los departamentos de Vaupés y La Guajira son los que cuentan con los niveles más críticos de cobertura, tanto de oficinas como corresponsales. Asimismo, para las oficinas



se identifican, Chocó, Cauca y Córdoba, y para los corresponsales, Guaviare, Vichada y Guainía.

El reto en cobertura sigue siendo imperante, más aún en un escenario de posconflicto, en el cual se requiere desarrollar canales de acceso innovadores y nuevos productos que permitan una inclusión real y sostenible de la población que reside en las zonas más apartadas del país.

Por esta razón mapear de forma detallada y permanente la presencia de puntos de acceso en los diferentes municipios del país permite generar alertas para dinamizar la presencia de las entidades financieras y los tipos de puntos de acceso más apropiados en cada territorio, para acercar cada vez más la oferta y la demanda financiera y de esta forma potencializar el acceso a los servicios financieros formales en el país.





Tenencia de
productos
financieros
por parte de
individuos y
empresas

Tenencia de productos financieros por parte de individuos y empresas

Este Capítulo presenta el estado y evolución reciente del indicador de inclusión financiera destacando algunas particularidades según el tipo de institución financiera y de producto.

En los últimos reportes anuales ha sido posible ampliar y detallar más este análisis, gracias al trabajo conjunto entre Banca de las Oportunidades y TransUnion, buscando mejorar la calidad de las bases de datos y consolidar nueva información sobre las personas y empresas con productos financieros en el país.

A continuación, se presenta y se caracteriza a nivel nacional y municipal la tenencia de productos financieros por parte de la población adulta y en el caso de las empresas, se muestran los principales indicadores a nivel nacional.

INDIVIDUOS

Análisis nacional

Indicador de inclusión financiera²⁷

Entre 2008 y 2016, considerando únicamente a los establecimientos de crédito²⁸, Colombia pasó de tener un indicador de inclusión financiera del 55,5% (equivalente a 15,9 millones de adultos) a 76,4% (equivalente a 25,4 millones de adultos). Así, en los últimos ocho años, el número de adultos con algún producto financiero formal, aumentó en 9,5 millones.

A partir de diciembre de 2014, se empezó a cuantificar en el indicador de inclusión financiera a los adultos con productos financieros en establecimientos de crédito y en dos tipos de entidades adicionales: las cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria (SES) y las ONG orientadas a la colocación de microcrédito. A partir de esta nueva medición,

²⁷ Porcentaje de adultos con productos financieros

²⁸ Dentro de los establecimientos de crédito, que son entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, están incluidos los bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras.



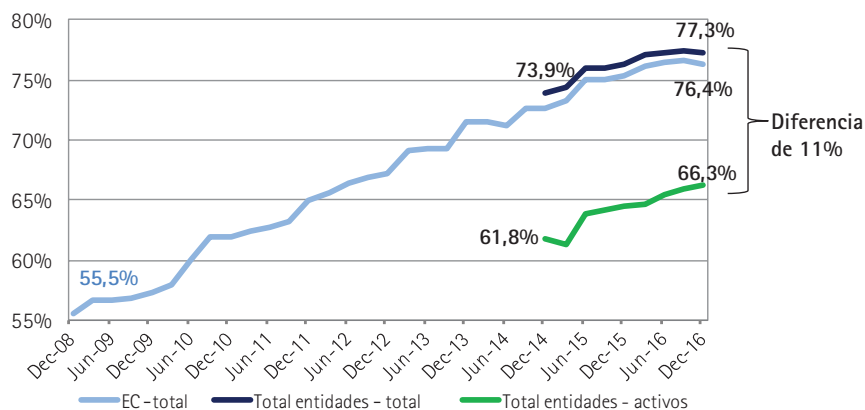
se pudo establecer que aunque el indicador de inclusión financiera aumenta con la adición de estos nuevos tipos de entidad, dicho incremento es marginal puesto que el mayor porcentaje de la población adulta en Colombia accede a los servicios financieros formales a través de los establecimientos de crédito.

Así mismo, a partir de diciembre de 2014 se empezó a diferenciar el indicador de inclusión financiera en dos categorías: i) indicador de tenencia de productos e ii) indicador de tenencia activa²⁹ de productos. De acuerdo con estos nuevos indicadores, para el total de entidades, entre diciembre de 2014 y 2016, el porcentaje de adultos con algún producto aumentó de 73,9% (23,7 millones de adultos) a 77,3% (25,7 millones de adultos), mientras que el porcentaje de adultos con algún producto activo aumentó de 61,8% (19,9 millones de adultos) a 66,3% (22 millones de adultos).

A partir de la información más detallada disponible en los últimos tres años, se destacan dos aspectos: i) la existencia de una brecha entre tenencia de productos versus tenencia activa de productos, que para diciembre de 2016 fue de 11%, y ii) el mayor crecimiento en términos absolutos y relativos en el número de adultos con productos activos frente al número de adultos con productos, que de mantenerse contribuiría a reducir la diferencia entre los dos indicadores.

A nivel de tipo de producto, el mayor incremento en el número de adultos con productos activos, se observa principalmente entre usuarios de cuentas de ahorro, crédito de consumo (consumo y tarjeta de crédito) y ahorro a término definido o certificados de depósito a término (CDT).

GRÁFICA 22: Indicador de inclusión financiera



Fuente: TransUnion – BdO.

29 La diferencia entre ambos conceptos está explicada por el estado en que el titular de cada producto financiero es reportado a la central de información por parte de las entidades financieras. No se considera en el grupo de adultos con productos activos o vigentes a aquellos que hayan sido reportados como cancelados, no renovados o inactivos, durante el periodo de referencia.

Tabla 5: Indicador de inclusión financiera por tipo de entidad

Fecha	Establecimientos de Crédito		Coop SES		ONG		Total entidades	
	%Adultos con algún prod.	%Adultos con algún prod. activo	%Adultos con algún prod.	%Adultos con algún prod. activo	%Adultos con algún prod.	%Adultos con algún prod. activo	%Adultos con algún prod.	%Adultos con algún prod activo
Dic-2014	72,7%	60,5%	4,0%	2,5%	5,8%	2,7%	73,9%	61,8%
Dic-2015	75,4%	63,5%	3,9%	2,5%	3,8%	2,2%	76,3%	64,5%
Dic-2016	76,4%	65,1%	4,2%	2,7%	3,7%	2,4%	77,3%	66,3%

Fuente: TransUnion – BdO.

La tabla anterior presenta los indicadores de inclusión financiera (%adultos con algún producto y %adultos con algún producto activo) por tipo de entidad³⁰. De esta se destaca que a través de los establecimientos de crédito está vinculada la mayor parte de la población que tiene productos financieros formales.

Así, el porcentaje de adultos con algún producto financiero a diciembre de 2016, fue de 76,4%, 4,2% y 3,7%, en los establecimientos de crédito, cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por Supersolidaria y ONG, respectivamente.

Similarmente, el porcentaje de adultos con algún producto activo en la misma fecha fue de 65,1%, 2,7% y 2,4%, en establecimientos de crédito, cooperativas con sección de ahorro y crédito vigiladas por Supersolidaria y ONG, respectivamente.

Usuarios activos de productos financieros según género y edad

Una vez identificada la proporción de adultos con productos financieros formales, a continuación, se caracteriza a los usuarios activos de acuerdo al género y edad.

Con respecto al género, hay que destacar el esfuerzo realizado en el último año para mejorar la calidad de esta información. Mientras que en 2014 y 2015 la proporción de adultos identificados con el Número Único de Identificación Personal (NUIP) de los cuales no era posible identificar su género era superior al 20%, al terminar el año 2016, dicha proporción se redujo al 0,2%.

A partir de lo anterior se pudo generar información más robusta, de tal forma que en los datos agregados por tipo de entidad, con excepción del grupo de ONG, no se identifican diferencias claras con respecto a la tenencia activa de productos financieros según género.

Aunque la proporción de mujeres con algún producto activo es mayor frente a la proporción de hombres, dicha diferencia guarda relación con la distribución

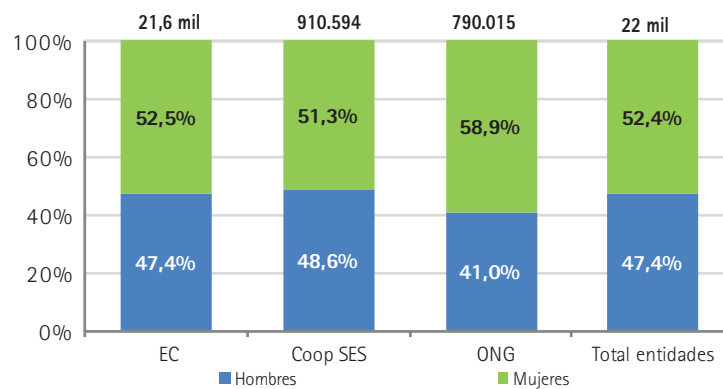
³⁰ Es importante advertir que el conteo del número de adultos (números de identificación únicos) se realiza para cada tipo de entidad de forma independiente. Así, el dato consolidado para el total de entidades, no es igual a la suma de los adultos con productos financieros en cada tipo de entidad. Esto porque en cada tipo de entidad y en el consolidado se contabilizan los números de identificación únicos, de forma que cuando un individuo tiene productos en más de un tipo de entidad, se contabiliza una sola vez.



de la población adulta del país, que para diciembre de 2016 consistió en 48,6% hombres y 51,4% mujeres. Esta distribución es similar a la observada en relación con la tenencia activa de productos financieros por tipo de entidad.

En el caso de las ONG, sin embargo, la tenencia activa de productos financieros por parte de las mujeres fue mayor en 18% frente a la de los hombres. De esta forma, del total de usuarios activos en este tipo de entidades (790.015 adultos), un 41% son hombres y un 58,9% son mujeres. Esta composición permite inferir, que en el caso del microcrédito canalizado a través de ONG, el principal mercado objetivo corresponde a las mujeres.

GRÁFICA 23: Distribución de los adultos con algún producto financiero activo por género y tipo de entidad - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

En cuanto a la composición de los adultos con productos activos específicos según género, en el caso de los productos de depósito se observan algunos patrones bien diferenciados. Los usuarios activos de cuentas de ahorro no muestran diferencias claras en la composición por género. A diciembre de 2016, de los 17 millones de adultos con cuenta de ahorros activa, el 52,5% eran mujeres y el 47,4% hombres.

Por el contrario, en los demás productos de depósito se observa que la mayor proporción de usuarios activos son las mujeres. En el caso de las cuentas de ahorro electrónicas (CAE)³¹, la diferencia en favor de la mujer es de 76,8%, ya que de 2,5 millones de adultos con cuentas CAE, el 88,4% son mujeres y el 11,6% hombres. Este comportamiento se explica porque la mayoría de este tipo de cuentas se usa para canalizar transferencias del Gobierno a la población, particularmente del programa Más Familias en Acción³² y víctimas del conflicto armado, que en su mayoría son mujeres.

³¹ Las cuentas de ahorro electrónicas (cuentas CAE) están dirigidas a la población de nivel 1 de Sisbén y a la población inscrita en el Registro Único de Población Desplazada. Gran parte de esta población son beneficiarios de programas de transferencias del Gobierno, adicionalmente, este tipo de cuentas tiene un límite de débitos mensuales de 2 SMMLV (aproximadamente COP \$1.500.000).

³² Según la información publicada por Prosperidad Social en su página web, a diciembre de 2015, se han beneficiado 2,6 millones de familias con 4,7 millones de menores de edad a través del Programa Más Familias en Acción - MFA.

Similarmente, en el caso de los productos que se pueden manejar a través del celular (cuentas de ahorro de trámite simplificado - CATS³³ y depósitos electrónicos³⁴) y de los CDT, se observa una mayor proporción de mujeres con productos activos. En cada caso, la diferencia en la proporción de mujeres versus hombres con estos productos es del 31% en favor de la mujer.

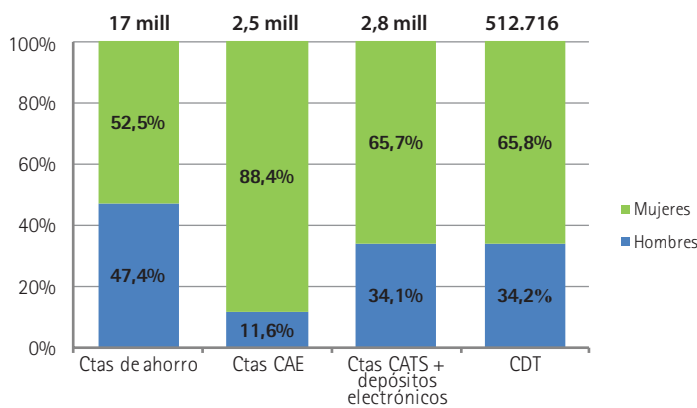
Así, a diciembre de 2016, de 2,8 millones de usuarios activos de productos que se manejan por celular, el 65,7% eran mujeres y el 34,1% hombres. Similarmente, de 512.716 usuarios activos de CDT, el 65,8% eran mujeres y el 34,2% hombres.

En el caso de los depósitos electrónicos, parte de esta composición puede estar explicada porque es un producto que canaliza una porción importante de transferencias del Gobierno. Con relación a los usuarios de CDT, se ratifica la percepción común acerca de que la mujer es más propensa a ahorrar para el cumplimiento de determinadas metas, para lo cual el ahorro a plazos definidos puede constituirse en una buena herramienta.

Con relación a los productos de crédito, no se observan diferencias claras de género, con excepción del crédito de consumo (consolidando crédito de consumo + tarjeta de crédito). En este caso, de 16,4 millones de adultos con este tipo de crédito vigente al cierre de 2016, 53,3% eran hombres y 46,5% mujeres, esto es, una diferencia de 6,8% en favor de los hombres.

Adicionalmente, la mayor participación de la mujer con acceso a microcrédito que se destacó para el caso específico de las ONG, se pierde al considerar la composición de la población con microcrédito vigente para el total de entidades. A nivel consolidado, de 3 millones de usuarios con microcrédito vigente al terminar el 2016, el 48% eran hombres y el 51,9% mujeres.

GRÁFICA 24: Adultos con productos de depósito activo por género y producto - 2016



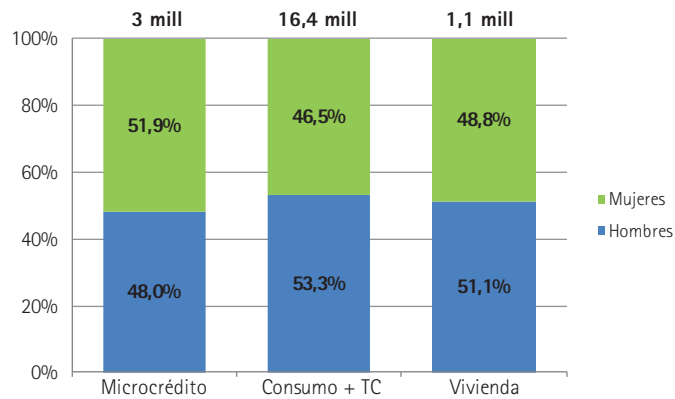
Fuente: TransUnion - BdO.

33 Las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS), son depósitos a la vista que pueden activarse a través del celular, con el número de cédula y su fecha de expedición. El límite de débitos mensuales de estas cuentas es de 3 SMMLV (aproximadamente COP\$2.200.000) y el saldo máximo es de 8 SMMLV (aproximadamente COP\$5.900.000).

34 Los depósitos electrónicos (DE) son depósitos a la vista diferentes de las cuentas de ahorro y de las cuentas corrientes, el titular puede ser una persona natural o jurídica. Los establecimientos de crédito pueden ofrecer DE de trámite simplificado o DE de trámite ordinario. Son de trámite simplificado siempre y cuando el límite de débitos mensuales y el saldo máximo no superen 3 SMMLV (aproximadamente COP\$2.200.000). En este caso, la apertura puede hacerse a través del celular, con el número de documento de identidad y su fecha de expedición. Cuando el producto no es de trámite simplificado, se debe surtir el trámite ordinario de conocimiento del cliente y control de lavado de activos.



GRÁFICA 25: Adultos con productos de crédito vigente por género y producto – 2016



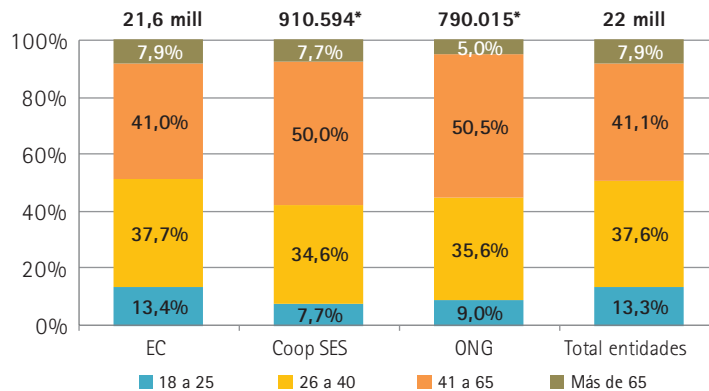
Fuente: TransUnion – BdO.

Con respecto a la composición de los usuarios activos de productos financieros según rangos de edad, hay que destacar que para el total de entidades, la mayor proporción de usuarios se concentra en los rangos entre 41 a 65 años (41,1%) y 26 a 40 años (37,6%). Estos dos rangos unidos representan el 79% de los usuarios activos del sistema financiero, porcentaje equivale a 84,6% en el caso de las cooperativas con actividad financiera vigiladas por Supersolidaria y a 86% en el de las ONG.

Los jóvenes (adultos entre 18 y 25 años) han aumentado su participación en el total de usuarios activos del sistema financiero en los últimos dos años. En 2014, representaron el 9% y al terminar el 2016 el 13,3%. Este segmento constituye el 7,7% en las cooperativas vigiladas por Supersolidaria y el 9% en las ONG.

Los mayores de 65 años son el segmento menos representativo del total. Por tipo de entidad constituyen el 7,9% del total de entidades y establecimientos de crédito, 7,7% en las cooperativas vigiladas por Supersolidaria y 5% en las ONG.

GRÁFICA 26: Distribución de los adultos con algún producto financiero activo por rangos de edad y tipo de entidad – 2016³⁵



³⁵ El total de adultos con productos activos de las cooperativas vigiladas por Supersolidaria y de las ONG tienen un asterisco para llamar la atención sobre el hecho de que estos totales son ligeramente menores a los presentados en la segmentación por género. La diferencia se explica porque en la base de datos por rangos de edad hay algunos registros que no tienen la información de edad.

Fuente: CIFIN, elaboración Banca de las Oportunidades

A nivel de productos específicos, se identifican algunas tendencias claras con relación a los rangos de edad de los usuarios activos. En el caso de las cuentas de ahorro, el 77,3% de los usuarios activos están en edades entre 26 a 65 años. Esta proporción es similar a la descrita respecto de los usuarios con algún producto activo en el total de entidades.

Los jóvenes entre 18 y 25 años (15,1%) son cerca del doble de los mayores de 65 años (7,6%). Además el segmento de jóvenes ha aumentado su importancia relativa en el total de usuarios activos en los últimos dos años en varios productos de depósito, entre ellos, las cuentas de ahorro, productos que se manejan por el celular como cuentas de ahorro de trámite simplificado (cuentas CATS) y depósitos electrónicos y CDT. En el caso de las cuentas de ahorro electrónico (cuentas CAE) los usuarios activos son en su mayoría adultos entre 26 y 65 años (95,6%).

Los usuarios activos de productos que se pueden manejar por celular como las cuentas de ahorro de trámite simplificado y los depósitos electrónicos tienen una composición por edad similar a la de las cuentas de ahorro: 82% están entre 26 a 65 años y 14,4% son jóvenes entre 18 a 25 años. Esto quiere decir, que aunque la adopción de productos de banca móvil tiende a ser mayor entre los jóvenes, también hay usuarios activos de estos productos mayores de 40 años.

De hecho algunas instituciones financieras con oferta de este tipo de productos, aseguran que en algunos casos los usuarios nacen a la vida financiera de forma digital sin importar su edad³⁶.

El ahorro a término definido a través de CDT es más característico entre adultos entre 41 a 65 años (52,8%) y mayores de 65 años (23,9%). Esta composición parece lógica en la medida en que este tipo de ahorro implica para los usuarios contar con excedentes de liquidez que se puedan mantener separados por algún tiempo para ser gastados en el futuro.

Con relación a los productos de crédito, los usuarios con crédito vigente están más concentrados en los rangos de edad entre los 25 a los 65 años, rango en el que se agrupa el 95,4% de los deudores de crédito hipotecario, 87,2% de los de microcrédito y el 84% de los de crédito de consumo.

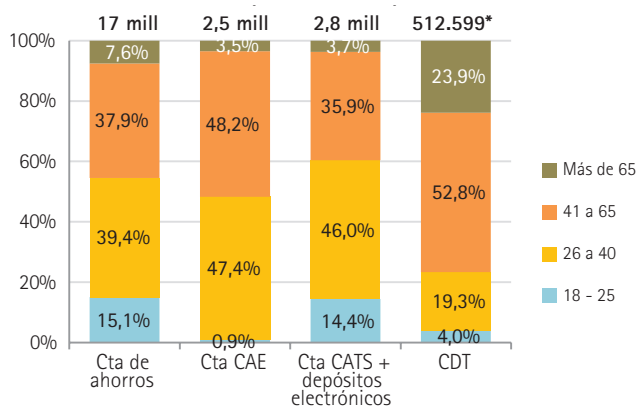
Por su parte, la proporción de jóvenes entre 18 y 25 años (6,9%) y mayores de 65 años (6%) con microcrédito vigente es similar.

36 En este proceso de nacer a la vida financiera de forma digital, han contribuido programas como las transferencias del Gobierno. A Diciembre de 2016, de acuerdo con información del Banco Davivienda, se estima que de los 2,7 millones de usuarios con depósitos electrónicos activos, 650.000 (24%), eran beneficiarios de programas de transferencias del Gobierno.



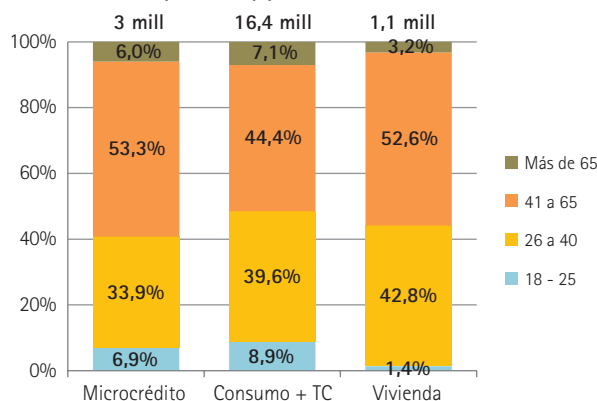
En el caso del crédito de consumo la proporción de jóvenes con productos vigentes (8,9%) es ligeramente mayor que la proporción de mayores de 65 años (7,1%) y en el caso del crédito de vivienda, los jóvenes (1,4%) y los mayores de 65 años (3,2%) son poco representativos en el total de deudores.

GRÁFICA 27: Adultos con productos de depósito activo por edad y producto – 2016³⁷



Fuente: TransUnion – BdO.

GRÁFICA 28: Adultos con productos de crédito vigente por edad y producto – 2016



Fuente: TransUnion – BdO.

Adultos que ingresan al sistema financiero por primera vez³⁸

Desde diciembre de 2014 se viene monitoreando el número de adultos que ingresan por primera vez al sistema financiero. De acuerdo con la información de los últimos tres años, en promedio cada año ingresan 1 millón de adultos por primera vez.

Durante el 2016, ingresaron por primera vez 999.187 adultos, 5,6% más (53.361 adultos adicionales) frente a lo observado en el año 2015, explicado principalmente por el mayor número de adultos que se vincularon al sistema

³⁷ El número de adultos con CDT activo, segmentado por rangos de edad tiene un asterisco para llamar la atención respecto a que es ligeramente menor al número de usuarios con CDT activo segmentado por género. La diferencia se explica porque en la información segmentada por rangos de edad hay algunos registros sin el dato de edad.

³⁸ A partir de diciembre de 2014, se viene cuantificando el número de adultos que ingresan por primera vez al sistema financiero por tipo de entidad y por tipo de producto. Se entiende como usuarios de primera vez a aquellos cuyos números de identificación no presentan coincidencias (no se identifican registros previos) en las bases de datos históricas de la central de información TransUnion.

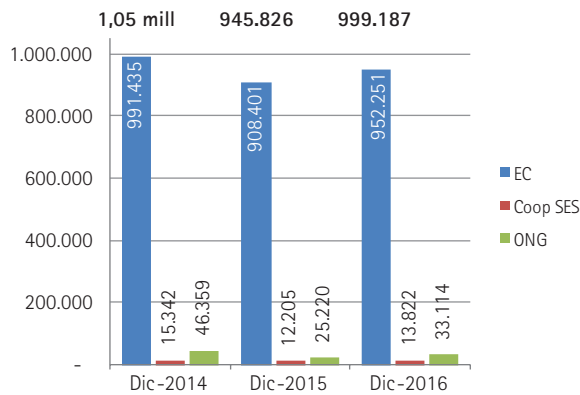
financiero a través de crédito de consumo (incluyendo tarjetas de crédito), CDT y microcrédito.

Los establecimientos de crédito explican el 95,3% del total de ingresos por primera vez, las cooperativas vigiladas por Supersolidaria el 1,4% y las ONG el 3,3%.

De un año a otro se observan algunas variaciones con relación a los productos a través de los cuales se registra el mayor ingreso de personas, a pesar de que el principal producto de ingreso al sistema financiero en 2016 fueron las cuentas de ahorro con 77,4% del total.

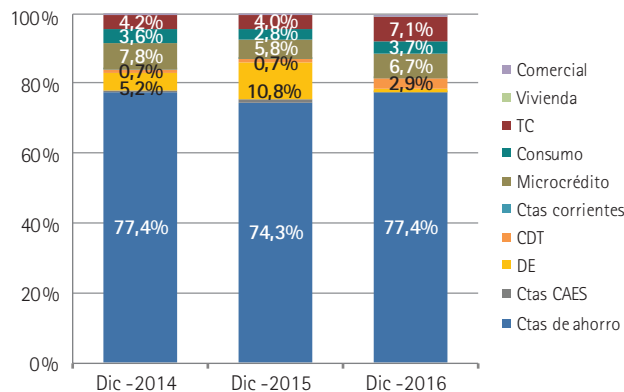
En segundo lugar sobresalen productos como las tarjetas de crédito (7,1%), microcrédito (6,7%), crédito de consumo (3,7%) y CDT (2,9%). Este último se vio dinamizado por la tendencia creciente en las tasas de interés de captación que predominó durante la mayor parte del año 2016 y que hizo más atractivo este tipo de ahorro³⁹.

GRÁFICA 29: Adultos que ingresan por primera vez al sistema financiero



Fuente: TransUnion – BdO.

GRÁFICA 30: Productos de entrada al sistema financiero



Fuente: TransUnion – BdO.

39 Entre diciembre de 2015 y 2016, la tasa DTF aumentó en 168 pb, al pasar de 5,24% a 6,92%, durante este período.



Análisis municipal ⁴⁰

Usuarios activos de productos financieros

Al terminar el año 2016⁴¹, 22 millones de adultos contaban con algún producto financiero activo o vigente, es decir, el 66,3% de los adultos del país.

Por nivel de ruralidad⁴² se encuentra que la mayor proporción de los adultos con algún producto financiero activo reside en las ciudades⁴³, en las que el porcentaje de adultos con algún producto financiero activo fue de 73,1%, seguidas por los municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, con 56,1%, 51,7% y 43,2%, respectivamente. Así, la proporción de adultos con algún producto financiero activo en las ciudades es 1,7 veces la estimada para los municipios rurales dispersos.

Esta situación plantea un doble reto para el sector financiero formal, pues en las zonas rurales no sólo se presenta una mayor exclusión financiera formal sino que la población adulta residente en dichas áreas es menor, acumulando el 17% de la población adulta total del país. Para poder alcanzar a esta población es necesario desarrollar canales de atención diferentes y productos adaptados a las características y necesidades de esta población.

40 En esta sección se analizará la tenencia activa de productos financieros, es decir, que los indicadores que se presentan hacen referencia al porcentaje de adultos con algún producto financiero activo o vigente.

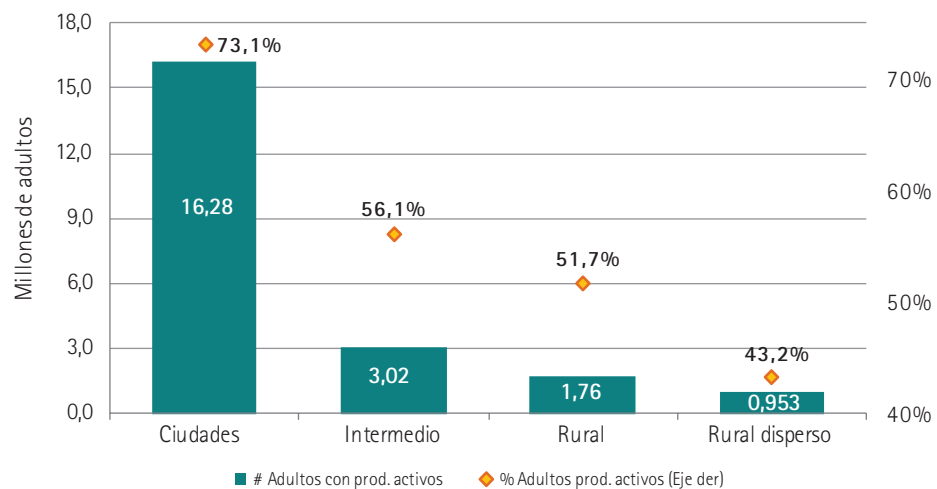
41 El análisis de esta sección se concentra en el año 2016. No se incluye información de años previos debido a que la calidad de la información se ha venido fortaleciendo a través del tiempo, y por lo tanto la información a nivel municipal disponible para el cierre 2016, no es comparable con las bases de datos municipales que se tenían en los años 2014 y 2015.

42 La clasificación en cuatro niveles de ruralidad resulta de una metodología desarrollada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), que caracteriza a los municipios del país en ciudades y aglomeraciones, municipios intermedios, municipios rurales y municipios rurales dispersos; teniendo en cuenta variables como: i) concentración poblacional, ii) grado de conectividad entre los municipios, iii) actividades económicas principales, iv) vocación y uso del suelo, y v) diversas formas de relacionamiento con la tierra (resguardos indígenas, territorios colectivos, entre otros). Esta clasificación es actualizada anualmente por el DNP y sus detalles metodológicos pueden ser consultados a través del siguiente enlace: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/2015ago6%20Documento%20de%20Ruralidad%20-%20DDRS-MTC.pdf>

43 La determinación del municipio al que está asociado cada adulto responde a la aplicación de una serie de criterios definidos conjuntamente entre Banca de las Oportunidades y la Central de Información, los cuales se aplican en el siguiente orden de prioridad: i) se busca en la base de datos la dirección del titular del producto, ii) en caso de no tenerse la dirección, se busca la dirección de la oficina del último producto activo que tuvo el titular y iii) como última instancia, en caso de no tenerse la información de los dos criterios anteriores, se busca el lugar de expedición del documento de identificación del titular.

44 El grupo de 13 ciudades principales lo conforman: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Pasto, Pereira y Villavicencio.

GRÁFICA 31: Número y porcentaje de adultos con algún producto financiero activo por nivel de ruralidad - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

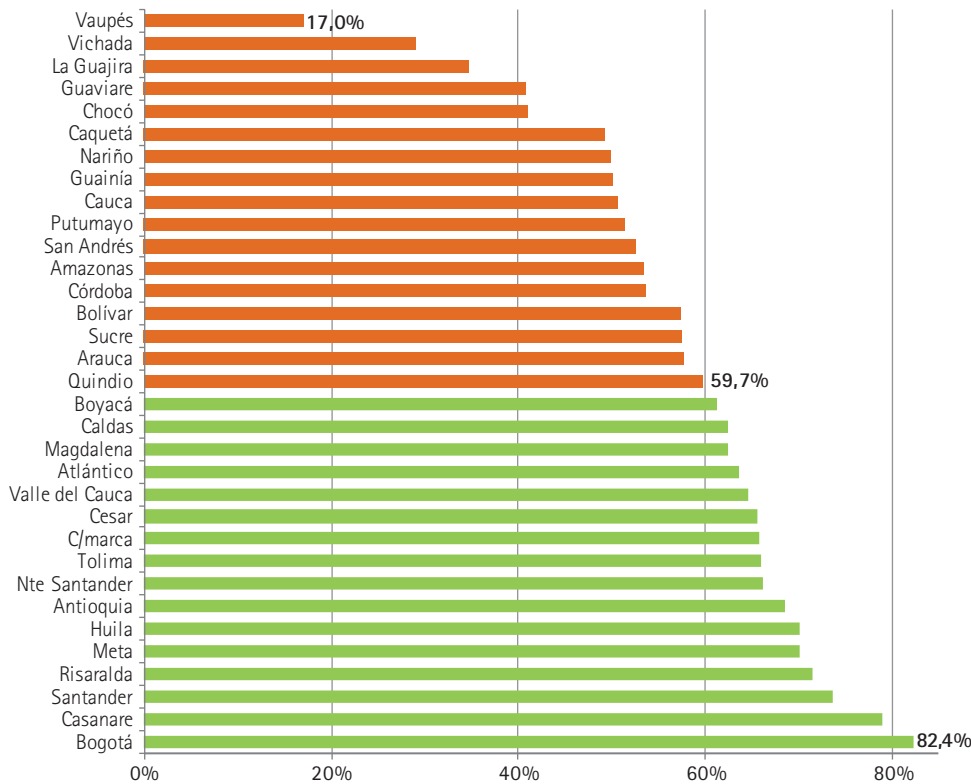
Al analizar el indicador de inclusión financiera por departamento y para las 13 principales ciudades del país, ⁴⁴ se encuentra que la mitad de los departamentos del país (16) tienen un indicador de inclusión financiera similar al promedio nacional (66,3%). En este grupo se incluyen (en el extremo inferior) departamentos como

Boyacá (61,4%), hasta departamentos como Huila (70%), Meta (70,1%), Risaralda (71,5%), Santander (73,8%), Casanare (78,9%) y Bogotá (82,4%)⁴⁵.

El resto de los departamentos presentan indicadores de inclusión financiera inferiores al 60%. Aquellos con los más bajos niveles de inclusión financiera corresponden a Vaupés (17%), Vichada (29,1%) y La Guajira (34,7%).

Por su parte, las 13 ciudades principales, con excepción de Cartagena (65,8%) y Pasto (63,7%) tienen indicadores de inclusión financiera por encima del promedio nacional (66,3%). Sobresalen con niveles superiores al 80%; Bucaramanga (89%), Bogotá (82,4%), Medellín (80,7%) y Pereira (80,6%).

GRÁFICA 32: % Adultos con algún producto activo por departamento - 2016

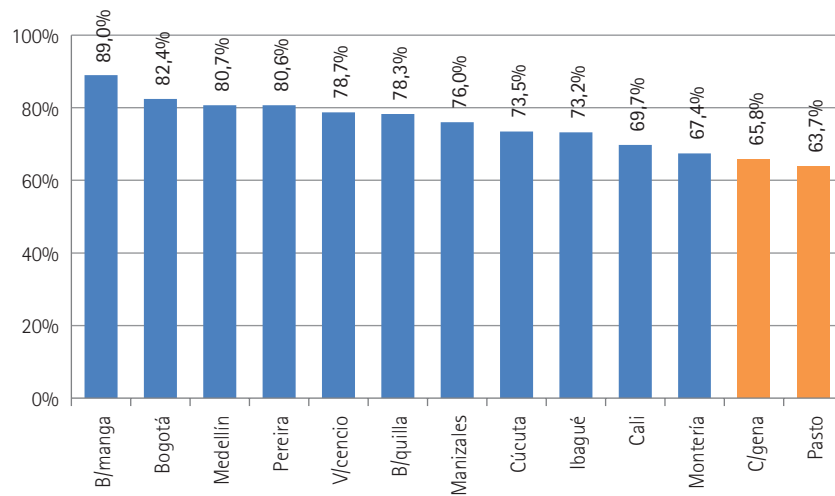


Fuente: TransUnion - BdO.

45 Este último aunque no es un departamento, se considera de forma independiente por su importancia a nivel nacional en términos de población y actividad económica.



GRÁFICA 33: % Adultos con algún producto activo – 13 ciudades – 2016



Fuente: TransUnion – BdO.

A nivel de producto, a diciembre de 2016, 17 millones de adultos tenían alguna cuenta de ahorros activa, esto es el 51,1% de los adultos del país, y la mayoría de estos titulares estaban localizados en las ciudades (12,7 millones de adultos).

Por nivel de ruralidad, el porcentaje de adultos con cuenta de ahorros activa fue de 56,8% en las ciudades, 42,3% en los intermedios, 39,3% en los rurales y 33,2% en los rurales dispersos. Similar a lo anotado en el caso del indicador general de inclusión financiera, en las ciudades, el porcentaje de adultos con cuenta de ahorros activa es casi el doble de la proporción observada en los municipios rurales dispersos.

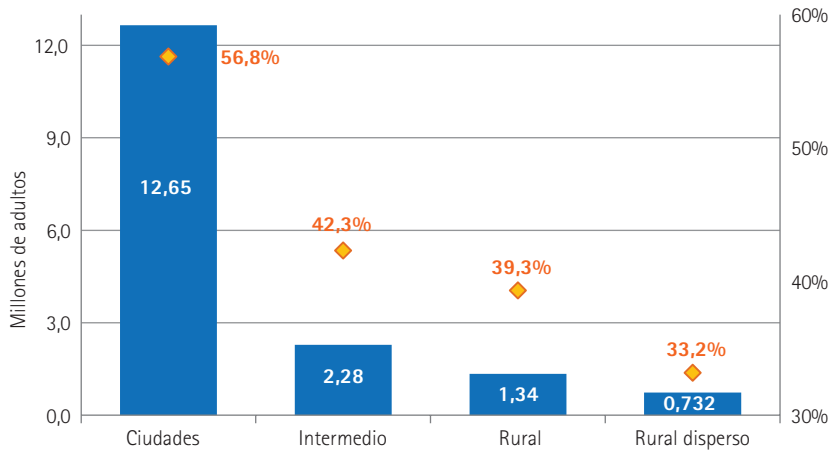
A nivel departamental, 14 departamentos tienen proporciones de adultos con cuenta de ahorros similares al dato promedio nacional (51,1%)⁴⁶. En este grupo se encuentran departamentos como Atlántico (46,1%) hasta departamentos como Casanare (61,7%) y Bogotá (65,9%), con porcentajes superiores al 60%.

Al comparar los porcentajes de adultos con cuentas de ahorros frente al porcentaje de adultos con algún producto financiero, los datos son muy similares, con excepción del departamento de Boyacá, que aunque tiene un indicador de inclusión financiera de 61,4% (similar al promedio nacional), tiene un porcentaje de adultos con cuenta de ahorros activa bajo, del 44,6%.

De los 17 millones de adultos con cuentas de ahorros activas, 8,5 millones (50%) residen en las 13 principales ciudades. Todas estas con excepción de Cartagena (50,3%) y Pasto (44,8%), tienen una proporción de adultos con alguna cuenta de ahorros activa por encima de nivel promedio nacional (51,1%).

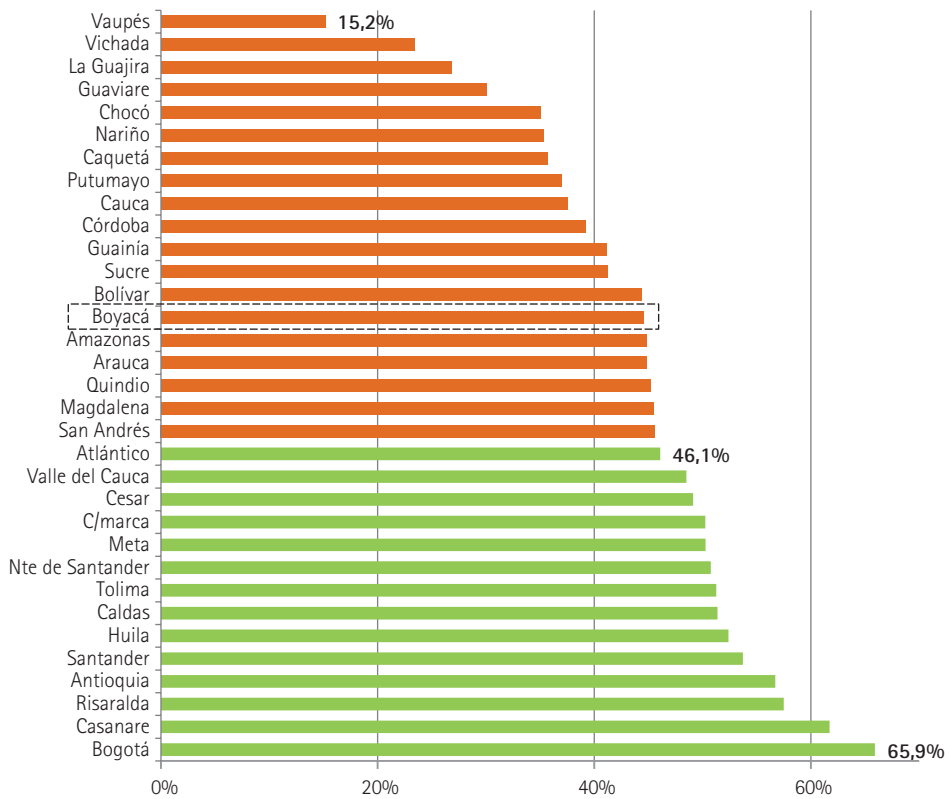
⁴⁶ Para efectos del análisis de este capítulo, se consideran con niveles similares al promedio nacional, aquellos indicadores cuya diferencia frente al dato promedio oscile entre 5% por encima o por debajo del indicador promedio nacional.

GRÁFICA 34: Número y porcentaje de adultos con cuenta de ahorros activa - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

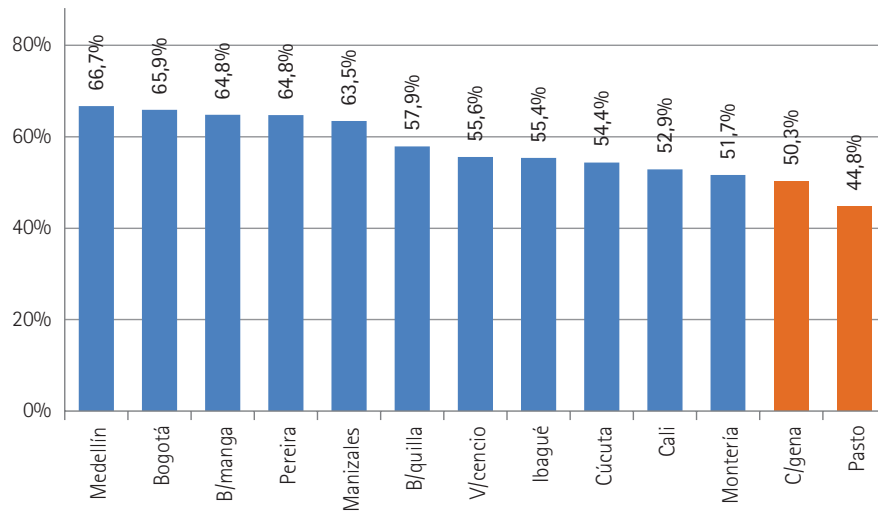
GRÁFICA 35: % Adultos con cta de ahorros activa por departamento - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.



GRÁFICA 36: %Adultos con cta de ahorros activa – 13 ciudades – 2016



Fuente: TransUnion – BdO.

Con respecto al microcrédito, a diciembre de 2016 había 3 millones de adultos con este tipo de crédito vigente, que representan el 9,1% de los adultos del país. Contrario a lo que ocurre con el indicador general de inclusión financiera y con la tenencia activa de cuentas de ahorros, el microcrédito presenta una penetración más homogénea (menos concentrada) en los diversos tipos de municipios y superior en los municipios intermedios y rurales en comparación con las ciudades.

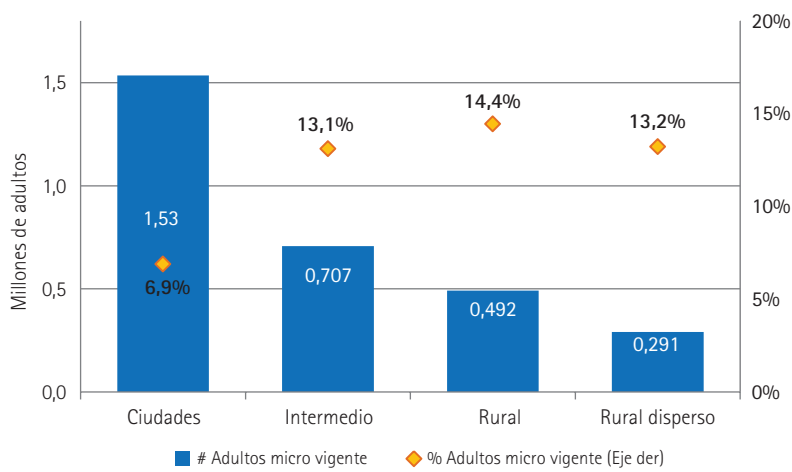
Mientras en las ciudades el porcentaje de adultos con microcrédito vigente fue de 6,9%, este porcentaje aumenta a 13,1% en los municipios intermedios, 14,4% en los rurales y 13,2% en los rurales dispersos.

A nivel departamental, 17 departamentos tienen porcentajes de su población adulta con microcrédito vigente similares al dato promedio nacional (9,1%). En la parte inferior de este grupo está Caldas (8,6%) y el porcentaje aumenta en otros como Nariño (16,7%) y Huila (21%).

Al comparar los porcentajes de adultos con microcrédito vigente por departamento frente al indicador general de inclusión financiera, se observa que hay departamentos como Risaralda, Atlántico, Valle del Cauca, Antioquia y Bogotá, que aunque tienen un indicador de inclusión financiera similar o superior al promedio nacional, muestran una penetración del microcrédito relativamente baja, por debajo del promedio nacional para este tipo de crédito.

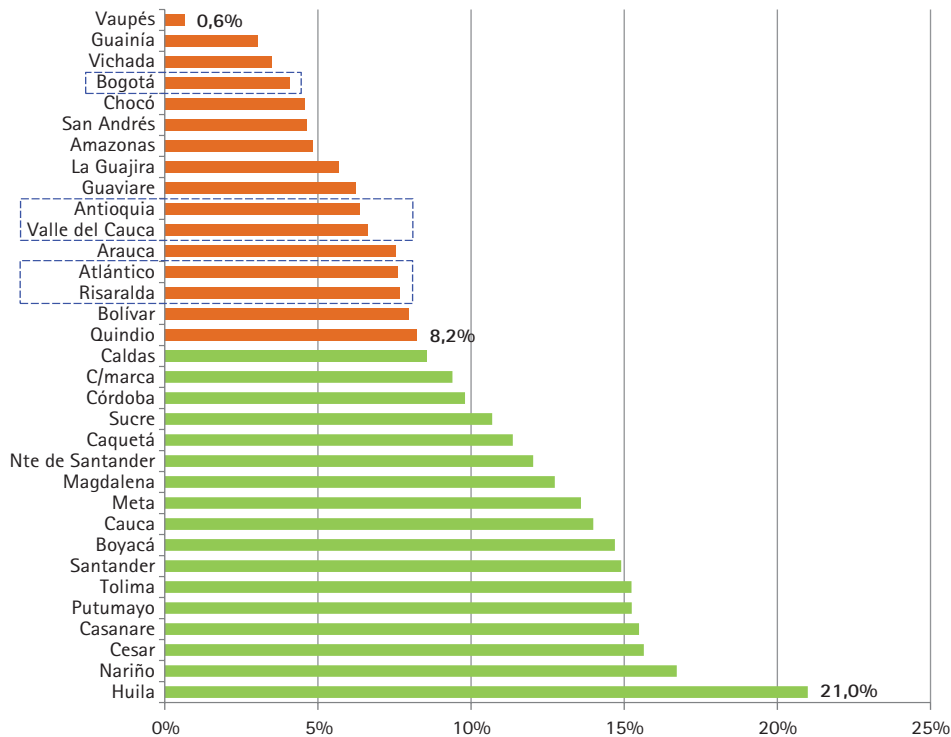
La baja penetración del microcrédito en algunos centros urbanos importantes se ratifica al observar los indicadores de las 13 principales ciudades. De los 3 millones de adultos con microcrédito vigente, 816.651 (27%) residen en estas ciudades. Por ejemplo, Barranquilla (7,2%), Cartagena (6,5%), Pereira (6,3%), Cali (5,3%), Medellín (4,9%), Manizales (4,6%) y Bogotá (4,1%), tienen un porcentaje de adultos con microcrédito vigente por debajo del dato promedio nacional para este producto. Esto revela una oportunidad para que el sector financiero explore más estos mercados.

GRÁFICA 37: Número y porcentaje de adultos con microcrédito vigente - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

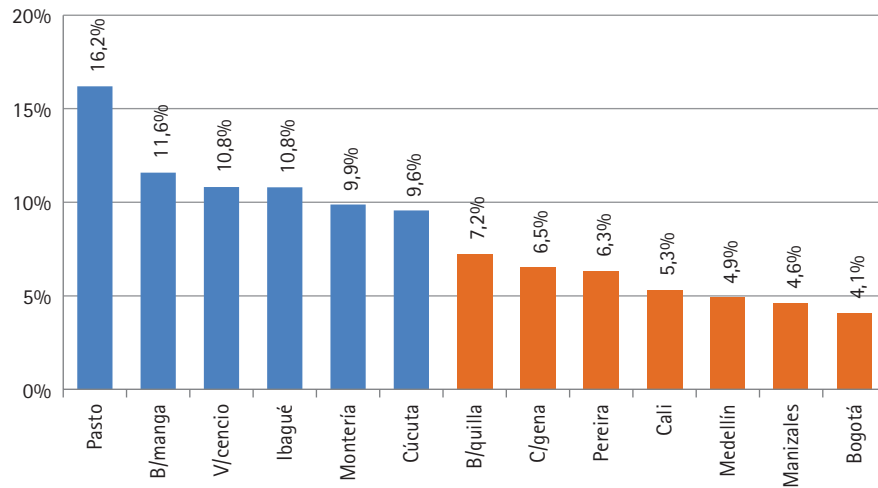
GRÁFICA 38: %Adultos con microcrédito vigente por departamento - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.



GRÁFICA 39: %Adultos con microcrédito vigente – 13 ciudades – 2016



Fuente: TransUnion – BdO.

Con relación al crédito de consumo (incluyendo tarjeta de crédito) se observa que es el producto de crédito de mayor penetración entre los colombianos. A diciembre de 2016, 16,4 millones de adultos tenían algún crédito de consumo vigente, es decir, el 49,4% de los adultos del país.

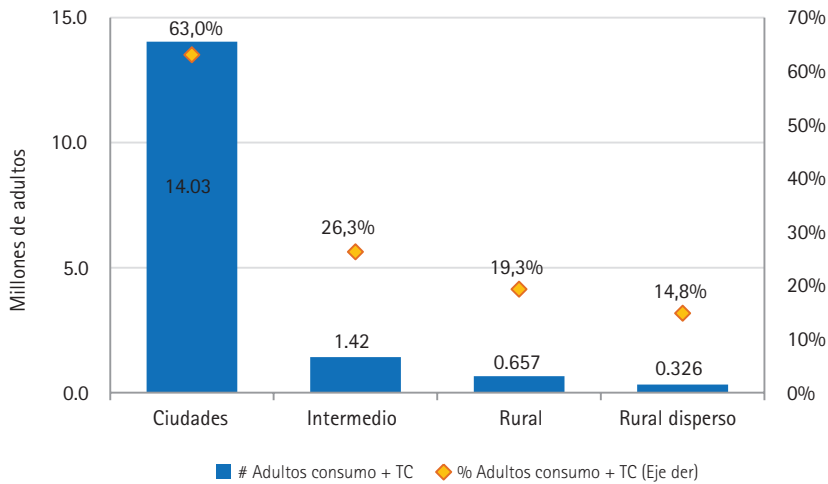
Este tipo de crédito es uno de los que presenta la mayor concentración geográfica en la medida en que la mayoría de la población con estos productos reside en las ciudades: mientras en las ciudades el porcentaje de adultos con crédito de consumo vigente es de 63%, este porcentaje se reduce a 26,3% en intermedios, 19,3% en rurales y 14,8% en rurales dispersos. Esto quiere decir que el porcentaje de adultos con crédito de consumo de las ciudades es 2,4 veces, 3,3 veces y 4,3 veces, los niveles observados en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, respectivamente.

A nivel departamental, 10 departamentos tienen porcentajes de su población adulta con acceso a crédito de consumo similares al dato promedio nacional (49,4%). Los demás tienen porcentajes de adultos con crédito de consumo inferiores al 40%. Por su parte, Vichada (15,7%), Chocó (14,2%) y Vaupés (6,8%), tienen los más bajos porcentajes de adultos con este tipo de crédito.

Adicionalmente, departamentos como Tolima, Norte de Santander, Caldas, Boyacá, César y Magdalena, tienen un indicador de inclusión financiera similar o superior al promedio nacional. No obstante, presentan bajos porcentajes de adultos con crédito de consumo vigente.

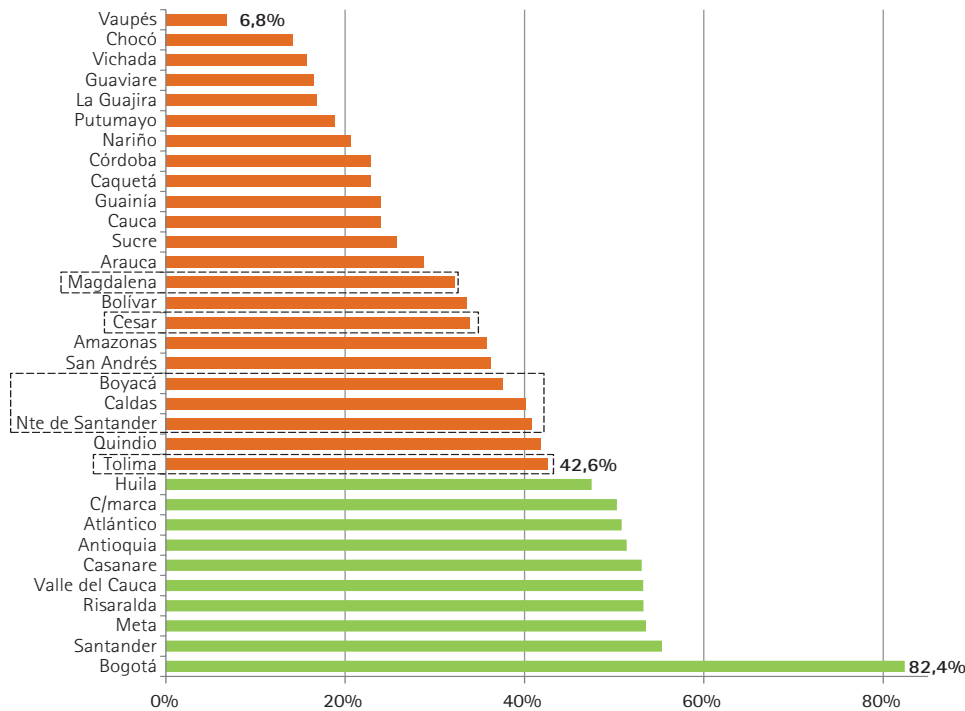
Las 13 principales ciudades del país concentran a 9,93 millones de adultos con crédito de consumo vigente, que representan el 60,4% de la población con este tipo de crédito. Todas estas ciudades, con excepción de Montería (40,8%) y Pasto (40,1%), tienen un porcentaje de adultos con crédito de consumo por encima del porcentaje promedio nacional (49,4%).

GRÁFICA 40: Número y porcentaje de adultos con crédito de consumo + TC vigentes - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

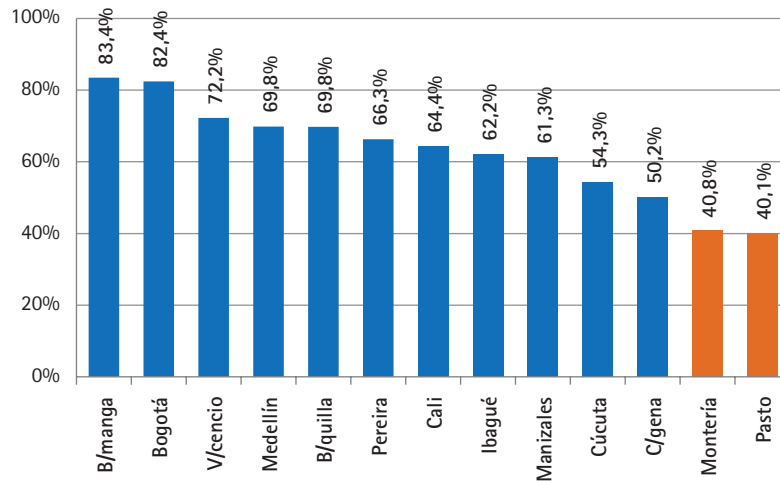
GRÁFICA 41: %Adultos con consumo + TC vigentes por departamento - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.



GRÁFICA 42: % Adultos con consumo + TC vigentes – 13 ciudades – 2016



Fuente: TransUnion – BdO.

Los demás productos de depósito y el crédito hipotecario, tienen una menor penetración entre la población colombiana. Al terminar el 2016, había 2,5 millones de usuarios activos de cuentas de ahorro electrónico, es decir, el 7,4% de los adultos. Este tipo de cuentas tienen una mayor proporción de usuarios en los municipios intermedios y rurales. Así, el porcentaje de adultos con este tipo de cuentas activas fue de 5,5% en ciudades, 10,7% en municipios intermedios, 12,7% en rurales y 10,8% en rurales dispersos.

Los productos que se manejan por el celular, como las cuentas de ahorro de trámite simplificado (cuentas CATS) y los depósitos electrónicos, alcanzaron 2,8 millones de usuarios activos (de los cuales 96,4% eran usuarios de depósitos electrónicos).

En conjunto los usuarios activos de estos dos productos representan el 8,3% de los adultos del país y el porcentaje de adultos con productos activos es muy similar en los diferentes niveles de ruralidad: 8% en ciudades, 9,1% en intermedios, 9,1% en rurales y 8,7% en rurales dispersos⁴⁷.

En cuanto al crédito hipotecario este es el producto de menor penetración en el país y los usuarios activos residen en su mayoría en las ciudades. A diciembre de 2016, había 1,1 millones de adultos con crédito hipotecario vigente que representan el 3,4% de los adultos del país. En las ciudades, el 4,6% de los adultos cuentan con algún crédito hipotecario. Porcentaje que es inferior al 1% en los otros tipos de municipios.

47 La asignación del municipio para los usuarios de productos que se manejan por el celular se hace en función de la información del titular. Primero identificando en la base de datos la dirección del titular y de no tenerse datos la dirección de la oficina financiera del último producto financiero activo del que se tenga registro del titular.

Las 13 ciudades principales concentran 756.204 deudores hipotecarios, el 68% del total de usuarios activos de este tipo de crédito. Cúcuta (3,3%), Barranquilla (3,2%), Pasto (3,1%), Cartagena (2,1%) y Montería (2%), tienen porcentajes de población adulta con crédito hipotecario inferiores al promedio nacional (3,4%).

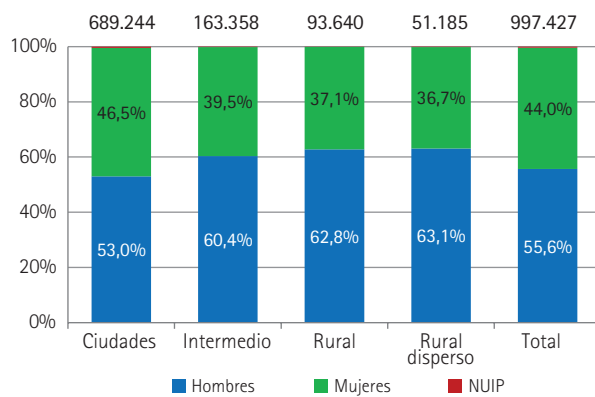
Adultos que ingresan por primera vez al sistema financiero

Los adultos que se vincularon por primera vez al sistema financiero en 2016 fueron mayoritariamente hombres (55,6% del total). Esta diferencia de género en favor de los hombres, que no es clara en las ciudades, se observa en los municipios intermedios, rurales y rurales dispersos y se acentúa en la medida en que los municipios son más rurales.

Por ejemplo, durante el 2016, en los municipios intermedios ingresaron por primera vez 163.358 adultos, de los cuales el 60,4% fueron hombres. En los rurales, de 93.640 adultos de primera vez, el 62,8% fueron hombres y en los rurales dispersos de 51.185 el 63,1% fueron hombres. Este comportamiento pone en evidencia la necesidad no solo de buscar alternativas innovadoras para llevar servicios financieros formales a la población rural, sino la importancia de implementar estrategias de inclusión financiera rural con un enfoque de género.

En relación con la edad de los usuarios que se vinculan por primera vez al sistema financiero, la mayoría se concentra en los rangos de edad más jóvenes. La composición de la población nueva en el sistema financiero a nivel promedio nacional fue 43,9% entre 18 y 25 años, 27,2% entre 26 y 40 años, 22,1% entre 41 y 65 años y 4,7% mayores de 65 años. No se observan diferencias claras en la composición por edad de los usuarios nuevos en los diferentes tipos de municipios.

GRÁFICA 43: #Adultos 1ra vez en el sistema por ruralidad y género⁴⁸ - 2016

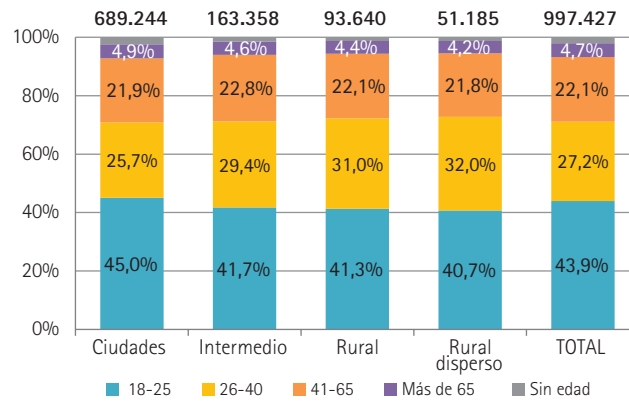


Fuente: TransUnion - BdO.

48 La información a nivel de municipio presenta pequeñas diferencias frente a la información a nivel nacional. Esto ocurre porque a nivel municipal hay algunos registros (1.760 o el 0,2% de la base total) que no tienen la información del municipio específico y por lo tanto no pueden atribuirse a un nivel de ruralidad o departamento particular.



GRÁFICA 44: #Adultos 1ra vez en el sistema por ruralidad y rangos de edad - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.

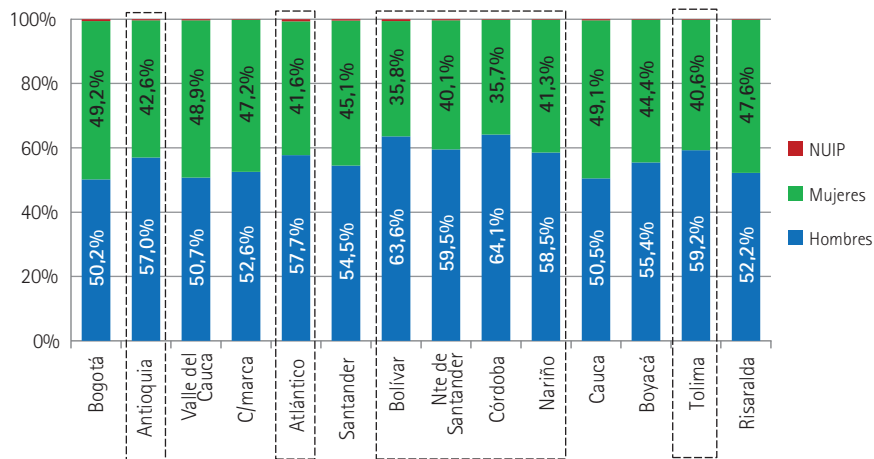
Del total de adultos que se vincularon por primera vez en 2016, el 80% se concentraron en 14 departamentos. De este grupo, cinco departamentos (incluyendo a Bogotá) explicaron el 53,4% del total; Bogotá (17,7%), Antioquia (14,1%), Valle del Cauca (10,7%), Cundinamarca (5,9%) y Atlántico (5%).

Departamentos como Antioquia (57%), Atlántico (57,7%), Bolívar (63,6%), Norte de Santander (59,5%), Córdoba (64,1%), Nariño (58,5%) y Tolima (59,2%), muestran que la mayoría de quienes ingresaron por primera vez al sistema financiero en 2016 fueron hombres. En los demás departamentos de mayor ingreso, no se observa ninguna diferencia clara de género puesto que la distribución de los nuevos usuarios es similar a la observada para la población adulta total del país (48,6% hombres y 52,4% mujeres).

En las 13 ciudades principales del país, ingresaron por primera vez al sistema financiero 439.902 adultos en 2016, que representaron el 44% del total de adultos vinculados por primera durante ese año.

A nivel de género, no se observan diferencias claras en la composición de los nuevos usuarios de servicios financieros en las 13 principales ciudades, con excepción de Cartagena (57,4%) y Montería (61,3%), para las cuales la mayoría de los adultos que ingresaron por primera vez en 2016 fueron hombres.

GRÁFICA 45: #Adultos 1ra vez en el sistema por departamento y género - 2016



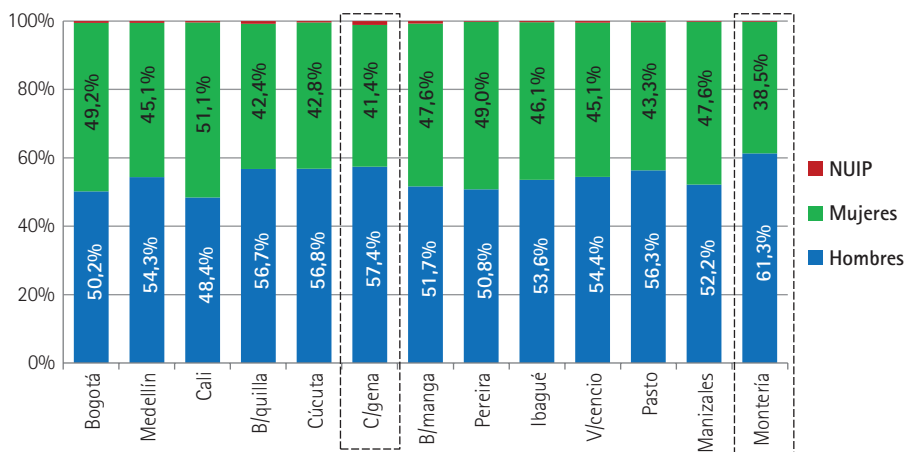
Fuente: TransUnion - BdO.

Tabla 6: #Adultos 1ra vez en el sistema por departamento y género - 2016

Departamento	Hombres	Mujeres	NUIP	Total	Part %	Part % acumulada
Bogotá	88.802	87.151	1.036	176.989	17,7%	17,7%
Antioquia	80.107	59.884	547	140.538	14,1%	31,8%
Valle del Cauca	54.062	52.165	342	106.569	10,7%	42,4%
C/marca	31.162	27.993	115	59.270	5,9%	48,4%
Atlántico	28.810	20.770	324	49.904	5,0%	53,4%
Santander	24.103	19.963	184	44.250	4,4%	57,8%
Bolívar	22.594	12.729	225	35.548	3,6%	61,4%
Nte de Santander	19.073	12.848	118	32.039	3,2%	64,6%
Córdoba	20.405	11.358	53	31.816	3,2%	67,7%
Nariño	16.881	11.902	59	28.842	2,9%	70,6%
Cauca	14.319	13.929	92	28.340	2,8%	73,5%
Boyacá	15.579	12.482	46	28.107	2,8%	76,3%
Tolima	15.919	10.898	56	26.873	2,7%	79,0%
Risaralda	12.626	11.495	52	24.173	2,4%	81,4%

Fuente: TransUnion - BdO.

GRÁFICA 46: #Adultos 1ra vez en el sistema 13 ciudades según género - 2016



Fuente: TransUnion - BdO.



Tabla 7: #Adultos 1ra vez en el sistema 13 ciudades según género – 2016

Ciudad	Hombres	Mujeres	NUIP	Total	Part %	Part % acumulada
Bogotá	88.802	87.151	1.036	176.989	40,2%	40,2%
Medellín	36.474	30.278	358	67.110	15,3%	55,5%
Cali	26.562	28.043	244	54.849	12,5%	68,0%
B/quilla	16.300	12.190	234	28.724	6,5%	74,5%
Cúcuta	10.386	7.826	80	18.292	4,2%	78,6%
C/gena	10.300	7.430	211	17.941	4,1%	82,7%
B/manga	6.817	6.280	98	13.195	3,0%	85,7%
Pereira	6.687	6.451	32	13.170	3,0%	88,7%
Ibagué	5.928	5.098	37	11.063	2,5%	91,2%
V/cencio	5.582	4.627	50	10.259	2,3%	93,6%
Pasto	5.470	4.203	36	9.709	2,2%	95,8%
Manizales	5.030	4.589	24	9.643	2,2%	98,0%
Montería	5.493	3.446	19	8.958	2,0%	100,0%
Total 13 ciudades	229.831	207.612	2.459	439.902		

Fuente: TransUnion – BdO.

EMPRESAS⁴⁹

Análisis nacional

Empresas con productos financieros

La información del número de empresas con productos financieros en establecimientos de crédito está disponible desde el año 2008, mientras que, la información de las empresas con productos financieros en otros tipos de entidades, se tiene a partir de diciembre de 2014

Entre diciembre de 2008 y diciembre de 2016, el número de empresas con algún producto financiero en establecimientos de crédito, aumentó en 279.687 empresas, al pasar de 471.386 a 751.073. Este incremento corresponde a un crecimiento promedio anual de 6,3%, durante el período.

A partir de diciembre de 2014, que se cuenta con el detalle por tipo de entidad, se evidencia que la oferta de servicios financieros hacia las empresas, por parte de las cooperativas con actividad financiera vigiladas por Supersolidaria y las ONG, es marginal. De la información reportada, la mayoría de las empresas con productos financieros están vinculadas a algún establecimiento de crédito⁵⁰.

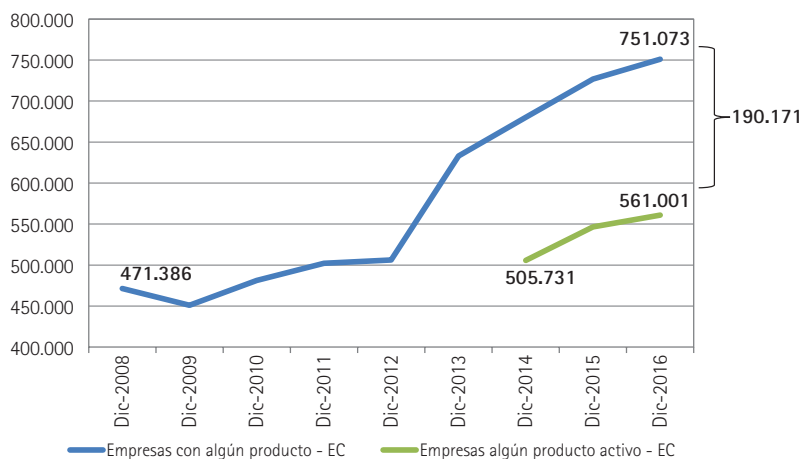
A diciembre de 2016, para el total de entidades financieras, había 751.851 y 561.680 empresas con algún producto financiero y con algún producto financiero

49 En esta sección se presenta la información del número de empresas (personas jurídicas) que de acuerdo con la Central de Información cuentan con algún producto financiero. Esta información no se tiene disponible segmentada según tamaño de empresa

50 A diciembre de 2016, de un total de 561.680 empresas con productos activos, 561.001 estaban vinculadas a algún establecimiento de crédito, 2.221 a alguna cooperativa con actividad financiera vigiladas por Supersolidaria SES y 359 a alguna ONG.

activo, respectivamente. Esto significa, que del total de empresas hay 190.171 que no tenían sus productos financieros activos o vigentes al terminar el año 2016.

GRÁFICA 47: Número de empresas con productos financieros en establecimientos de crédito



Fuente: TransUnion – BdO.

Tabla 8: Número de empresas con productos financieros por tipo de entidad

Fecha	EC		Coop SES		ONG		Total entidades	
	#Empresas algún prod	#Empresas algún prod activo	#Empresas algún prod	#Empresas algún prod activo	#Empresas algún prod	#Empresas algún prod activo	#Empresas algún prod	#Empresas algún prod activo
Dic-2014	680.167	505.731	2.892	1.333	482	300	680.850	506.110
Dic-2015	726.775	546.477	3.605	1.876	546	321	727.492	547.027
Dic-2016	751.073	561.001	3.956	2.221	590	359	751.851	561.680

Fuente: TransUnion – BdO.

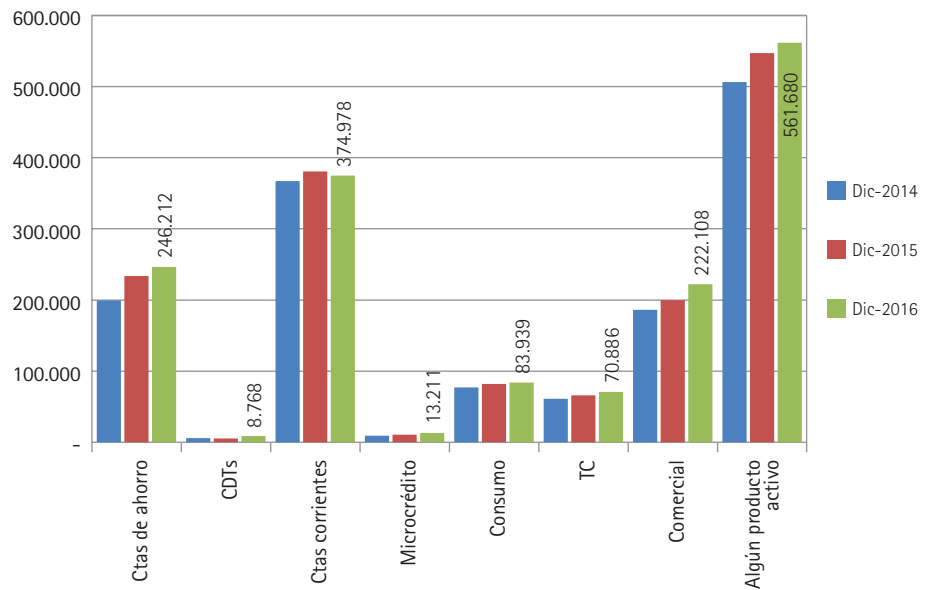
La tabla anterior detalla el número de empresas con algún producto financiero y con algún producto financiero activo, por tipo de entidad. De esta sobresale que para la mayoría de las empresas de las que se tiene reporte de información, tienen sus productos financieros en algún establecimiento de crédito.

Los productos financieros de mayor penetración entre las empresas monitoreadas corresponden en su orden a cuentas corrientes (374.978 empresas), cuentas de ahorro (246.212 empresas) y crédito comercial (22.108 empresas).

En promedio entre diciembre de 2014 y diciembre 2016, el número de empresas con algún producto activo aumentó en 5,4%, especialmente a través de un mayor número de empresas con productos como cuentas de ahorro, crédito comercial, microcrédito y CDTs.



GRÁFICA 48: Número de empresas con productos financieros activos por producto



Fuente: TransUnion – BdO.

Empresas que ingresan al sistema financiero por primera vez

De acuerdo con las estadísticas disponibles desde diciembre de 2014, cada año se vinculan por primera vez al sistema financiero formal alrededor de 30.000 empresas⁵¹. En 2016, se vincularon al sistema financiero por primera vez 31.420 empresas, 20% menos que las empresas que ingresaron al sistema durante 2015 (39.298 empresas). Esta reducción se explica principalmente por la disminución en el número de empresas que se vincularon por primera vez a través de cuentas de ahorro y de cuentas corrientes⁵².

El número de empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero contrasta con el número de empresas que se crean cada año.

De acuerdo con Confecámaras⁵³, durante 2016, se crearon 76.794 empresas en calidad de sociedades, este número no incluye a aquellas empresas que se crearon en calidad de personas naturales, las cuales ascendieron a 222.838 en 2016.

Al relacionar el número de empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero (31.420 en 2016), estas representan el 41% del total de empresas creadas en calidad de sociedades en el mismo año (76.794). Esta baja proporción plantea interrogantes sobre las razones que explicarían el bajo número de empresas que se vinculan al sistema financiero formal cada año frente a una estadística de creación de nuevas empresas que es casi el doble de dicho número.

51 Se asumen como empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero, aquellos números de identificación tributaria (NITs), para los cuales la central de información no encuentra coincidencias o registros previos en sus bases de datos históricas.

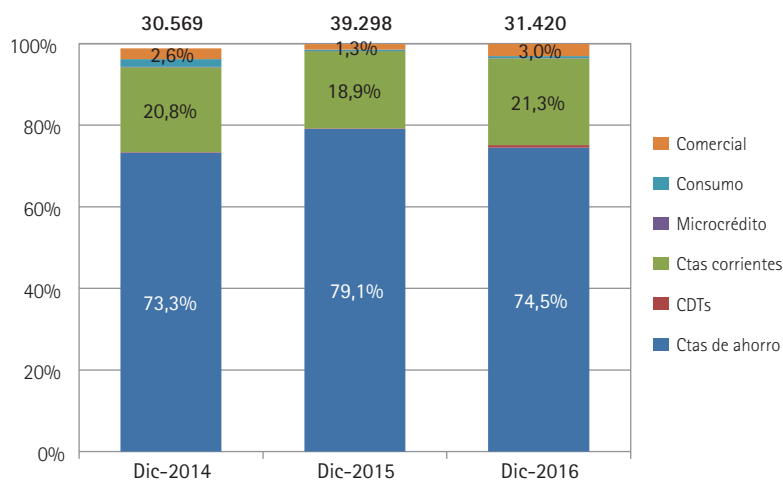
52 Diversos análisis han identificado una reducción en el uso de cuentas corrientes en los últimos años. De acuerdo con la Semana Económica #1081 de marzo de 2017, los cheques (que son el medio de pago asociado a las cuentas corrientes) se usan cada vez menos. Citando el Reporte de Sistemas de Pagos elaborado por el Banco de la República, entre los años 2010 y 2015, el número de cheques compensados (inter e intra bancos) se redujo en 36% y el monto transado a través de estos se redujo en 29% en el mismo período. La publicación de referencia puede ser consultada a través del siguiente enlace: <http://www.asobancaria.com/2017/03/13/edicion-1081-las-transferencias-electronicas-un-sustituto-perfecto-para-muchas-de-las-transacciones-economicas-que-se-hacen-en-efectivo/>

53 Las estadísticas de creación anual de nuevas empresas es reportada por Confecámaras en "El informe de Dinámica Empresarial – 2016", el cual puede ser consultado a través del siguiente enlace: http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2017/Informe_din%C3%A1mica_empresarial/Informe_de_Din%C3%A1mica_Empresarial_2016.pdf.

Algunas de las razones que pueden estar asociadas a esta diferencia incluyen un posible sub-reportaje en el número de empresas con productos financieros por parte de las entidades financieras a la Central de Información y situaciones excepcionales en las que algunas sociedades en su proceso de constitución no abren cuentas u otros productos con el sistema financiero.

Los principales productos de entrada por parte de las empresas corresponden en su orden a cuentas de ahorro (74,5%), cuentas corrientes (21,3%) y crédito comercial (3%), productos que coinciden con los de mayor penetración entre las empresas colombianas.

GRÁFICA 49: Número de empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero por producto – total entidades



Fuente: TransUnion – BdO.

Conclusiones

La información de tenencia de productos financieros en el país se ha venido fortaleciendo en los últimos tres años. Hoy se dispone de información de los usuarios de servicios financieros de un conjunto más amplio de instituciones financieras y las bases de datos con información sobre estas personas se ha venido poblado y mejorando su calidad en temas como la ubicación geográfica de los titulares e información socio-demográfica como el género y edad.

Esto ha permitido tener mayor claridad sobre el estado y avance de los indicadores de inclusión financiera en Colombia y ha permitido identificar algunas brechas entre la tenencia de productos versus la tenencia activa, la composición de género de los titulares y nuevos usuarios de servicios financieros y el grado de inclusión a nivel nacional versus a nivel territorial.



En este capítulo se presentó la evolución reciente del indicador de inclusión financiera que aunque ha sido positiva destaca la existencia de una brecha de 11% entre tenencia y tenencia activa.

Se identificaron algunas características de los usuarios activos de productos financieros y sus particularidades por tipo de entidad y por tipo de producto. Al incorporar variables como el género y edad de los usuarios activos de servicios financieros, se identifican algunos desafíos que es necesario abordar para poder profundizar la inclusión financiera en algunos segmentos de la población como son los hombres con productos de ahorro a término definido o las mujeres en cuanto al acceso a productos como el crédito de consumo.

Igualmente, se revela la importancia de desarrollar acciones focalizadas entre los jóvenes (entre 18 y 25 años) y mayores de 65 años, segmentos cuya importancia relativa en el total de la población con productos financieros activos es baja.

A nivel municipal, se ratifica una vez más que hay mayor inclusión financiera en las áreas urbanas frente a las rurales y que por lo tanto se deben buscar canales y productos innovadores que permitan llevar servicios financieros formales a las áreas más apartadas y dispersas del país.

Mientras el indicador de inclusión financiera (tenencia activa) promedio nacional fue de 66,3% al cierre de 2016, dicho indicador fue de 73,1% en las ciudades, 56,1% en los intermedios, 51,7% en los rurales y 43,2% en los rurales dispersos. Así, el porcentaje de inclusión financiera de las ciudades es 1,7 veces el de los municipios rurales dispersos.

A nivel departamental los más bajos indicadores de inclusión financiera los presenta Vaupés (17%), Vichada (29,1%) y La Guajira (34,7%).

Las 13 principales ciudades del país, con excepción de Cartagena (65,8%) y Pasto (63,7%), tienen indicadores de inclusión financiera similares o por encima del promedio nacional. Las de mayores niveles de inclusión financiera son Bucaramanga (89%), Bogotá (82,4%), Medellín (80,7%) y Pereira (80,6%).

A continuación, se incluyen algunos anexos de mapas con información georeferenciada de los principales indicadores de inclusión financiera a nivel municipal.







Análisis transaccional

Análisis transaccional

En los últimos años los avances que se han venido logrando en el uso de servicios transaccionales han permitido evidenciar cómo los consumidores financieros están migrando del uso de canales presenciales a canales no presenciales como el internet y la telefonía móvil.

En esta medida, entendiendo la necesidad de facilitar la incorporación de la innovación tecnológica en la oferta de servicios financieros que promueva una mayor transaccionalidad, Colombia ha avanzado en iniciativas tendientes a dinamizar el uso de servicios financieros móviles como instrumento para alcanzar a la población excluida del sistema financiero.

En línea con lo anterior, a nivel internacional se ha permitido evidenciar que existe un gran potencial para implementar sinergias con desarrollos tecnológicos que permitan transacciones más eficientes, en horarios flexibles y con mayor conocimiento de los hábitos de compra y pago de los usuarios, de tal manera que los productos se ofrezcan con mejores condiciones y se cree una nueva forma de relación con los consumidores. Esto promoverá una inclusión financiera más sostenible y un mayor uso de los productos.

Hoy en día Colombia es reconocida internacionalmente por haber generado un ambiente regulatorio propicio para la inclusión. El Proyecto de Inclusión Financiera y Digital de The Brookings Institution de 2016⁵⁴ resaltó que Colombia presenta avances significativos en tres áreas: 1) compromiso del país, 2) capacidad móvil y 3) entorno regulatorio, en los que se destaca la participación a nivel nacional en organizaciones o redes internacionales de inclusión financiera, realización de la encuesta de demanda de inclusión financiera, existencia de un organismo dedicado a la inclusión financiera dentro del sector público, existencia de un marco de protección al consumidor financiero en relación con los servicios financieros, penetración del mercado con respecto a sus suscripciones, disponibilidad de pagos de facturas, remesas y pagos comerciales a través de servicios de dinero móvil y regulaciones de dinero electrónico, entre otros.

54 Brookings Institution (2016), Proyecto de Inclusión Financiera y Digital



Por los avances mencionados, el estudio situó al país en el segundo lugar en el ranking entre 26 países de entornos favorables a la inclusión financiera, con 79 puntos de 100 posibles⁵⁵, luego de Kenia que fue calificado con 84 puntos.

Dentro de las restricciones a la inclusión financiera, el estudio menciona que la economía informal de Colombia es una restricción estructural para la expansión de las transacciones en línea, a esto se suman otros factores como el acceso limitado a internet, especialmente en municipios rurales, los altos costos de los servicios de internet y dispositivos móviles, así como velocidades de internet relativamente lentas en comparación con la región, que limitan el desarrollo de las transacciones electrónicas.

Adicionalmente, se resalta la falta de confianza del consumidor en la utilización de la telefonía móvil para realizar compras en línea refleja un ambiente relativamente subdesarrollado del comercio electrónico con una baja penetración de cuentas de dinero móvil entre adultos de bajos ingresos y entre mujeres.

Con el fin de continuar monitoreando la evolución del uso de los diferentes canales, este capítulo recoge las tendencias de 2016 de los principales indicadores transaccionales en número y monto transado, así mismo se desataca el análisis de indicadores de tenencia de productos transaccionales y número de transacciones financieras por cada 100.000 personas.

Número total de transacciones y monto transado

Durante 2016, las transacciones⁵⁶ financieras de manera agregada registraron una evolución positiva respecto al año anterior. Al cierre del año, el número total ascendió a 4.926 millones de transacciones y se movilizaron \$7.057 billones, equivalente a un crecimiento anual del 14% y 5%, respectivamente.

El canal de internet continuó siendo el de mayor participación en número de transacciones, pasando de representar 44% en 2015 a 47% con 2.295 millones de transacciones en 2016, y fue el segundo que movilizó más recursos con un monto transado de 33% con \$2.314 billones sobre el total. Lo anterior indica que este canal sigue siendo un instrumento fundamental para la inclusión financiera por su potencial en agilizar y reducir los costos de prestación de servicio.

Al analizar la evolución del monto de las transacciones, se encuentra que las oficinas fueron el canal que movilizó el mayor volumen en términos de monto (47%) y el tercero en términos de número de transacciones (13%). La tendencia a través de este canal mostró una disminución entre 2012 y 2016, pues durante 2012 registró una participación de 55% sobre el monto total transado.

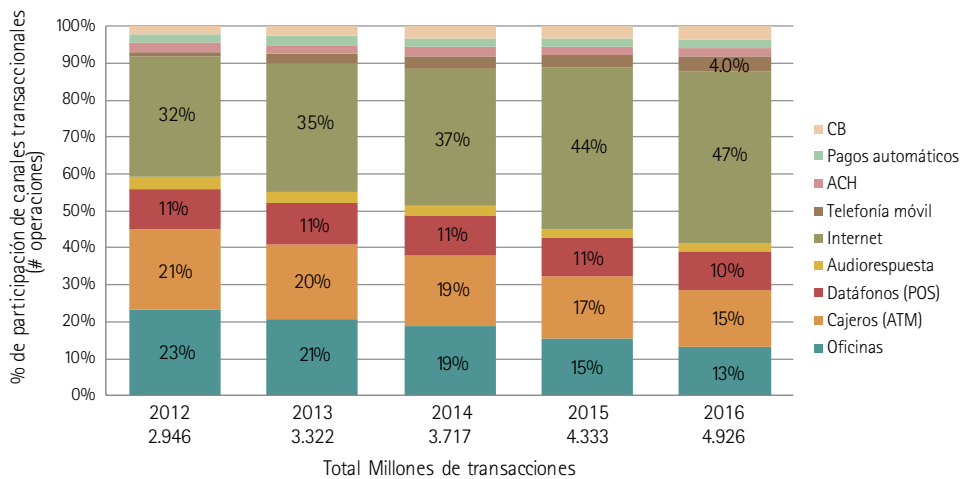
55 Este puntaje es el promedio de las cuatro dimensiones evaluadas, en las que encontramos: i) compromiso del país, ii) capacidad móvil, iii) entorno regulatorio y iv) adopción. En la última dimensión existe un rezago frente a las demás, pues las menores calificaciones se concentran en la penetración de la cuenta de dinero móvil entre adultos de bajos ingresos y entre mujeres, así como el teléfono móvil utilizado para recibir el salario y/o para hacer pagos de servicios públicos.

56 Incluye información sobre las transacciones efectuadas a través de los canales de distribución dispuestos por las entidades vigiladas. Se han definido mediante nueve canales: oficinas, corresponsales bancarios (CB), cajeros automáticos (ATM), datáfonos (POS), sistema de audio respuesta (IVR), pagos automáticos, transferencias electrónicas (ACH), internet y telefonía móvil.

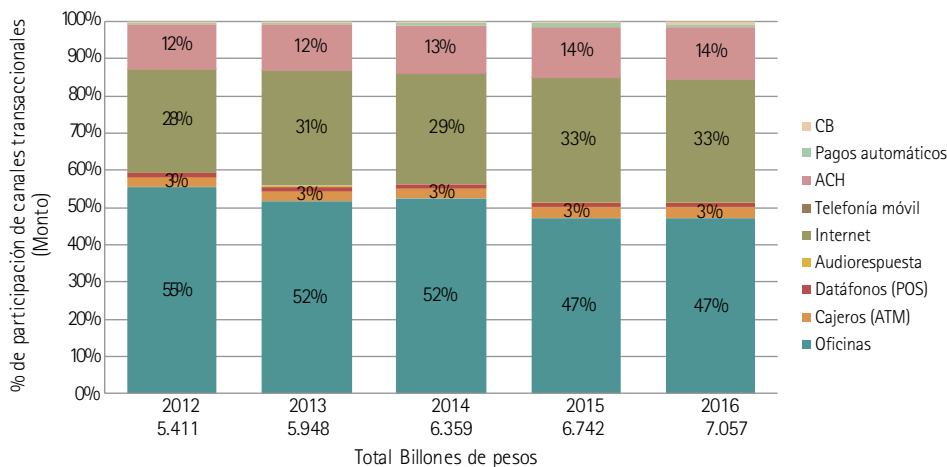
Los cajeros automáticos y datáfonos mantuvieron respecto a 2015 una participación importante en número de transacciones con 15% y 10% sobre el total, respectivamente, pero menor en montos, aportando 3% y 1,3% del total del monto movilizado.

Por su parte, llama la atención de que a pesar de que el canal de transferencias electrónicas (ACH) tiene una baja participación en número de transacciones (2,3%), al analizarlo en términos de monto se evidencia que participa con (14%) sobre el total. Esto lleva a concluir que se ha fortalecido la confianza y conveniencia que los consumidores financieros perciben sobre él.

GRÁFICA 50: Participación de canales transaccionales⁵⁷
Número total de transacciones



GRÁFICA 51: Participación de canales transaccionales
Monto total transado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

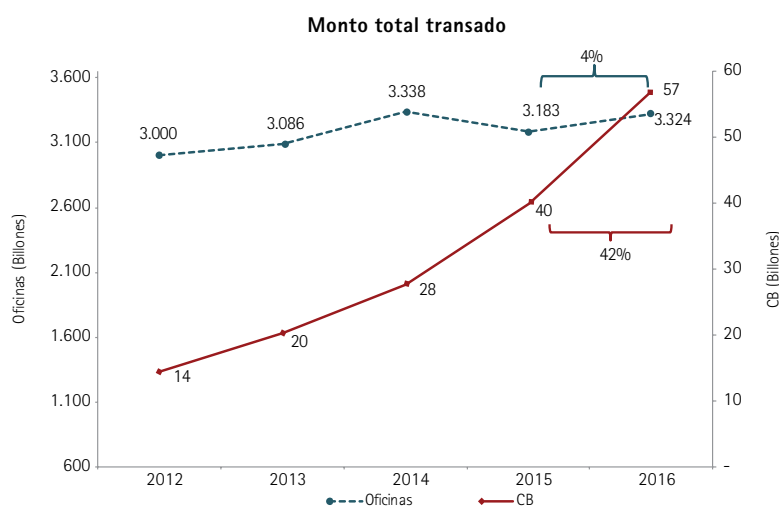
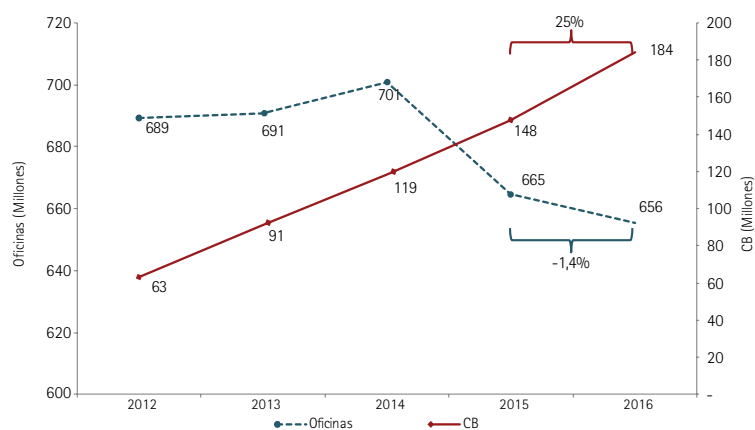
⁵⁷ Las cifras que se presentan en este capítulo son tomadas de los Formatos 444 y 398 de la SFC. En el caso de los corresponsales bancarios se tiene en cuenta información de las Cooperativas de la Superintendencia de Economía Solidaria "formato de corresponsalia" BdO.



Vale destacar el caso del canal de oficinas que, como ya se mencionó, a pesar de ser el canal con el portafolio más amplio de servicios financieros, su participación en el número de transacciones disminuyó en 1,4% y en monto transado aumentó en 4,4%, entre 2015 y 2016.

Esto demuestra que los otros canales absorbieron la carga de las oficinas al facilitar el acceso por parte de la población, particularmente en el caso de los corresponsales bancarios, que tanto en número de operaciones como en monto transado (25% y 42%, respectivamente) y en número de puntos de acceso, como se resaltó en el capítulo de cobertura, han venido aumentando en los últimos años.

GRÁFICA 52: Transacciones a través de la red de oficinas y corresponsales bancarios
Número total de transacciones

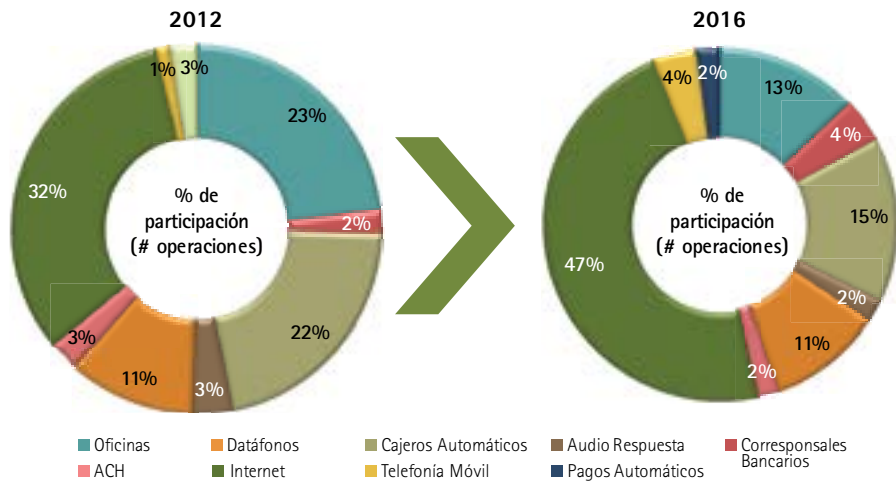


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

En comparación con lo registrado durante 2012, los mayores crecimientos en número de transacciones y monto transado lo registraron los canales de telefonía móvil, corresponsales bancarios e internet. En términos de número de transacciones el canal de telefonía móvil ha presentado la mayor dinámica entre 2012 y 2016

con un crecimiento de 503%, pasando de 33 a 197 millones de transacciones. En esta misma línea, las transacciones de los corresponsales bancarios (193%) mostraron una dinámica positiva, pasando de 63 a 184 millones de transacciones e internet (141%), pasando de 952 a 2.295 millones de transacciones.

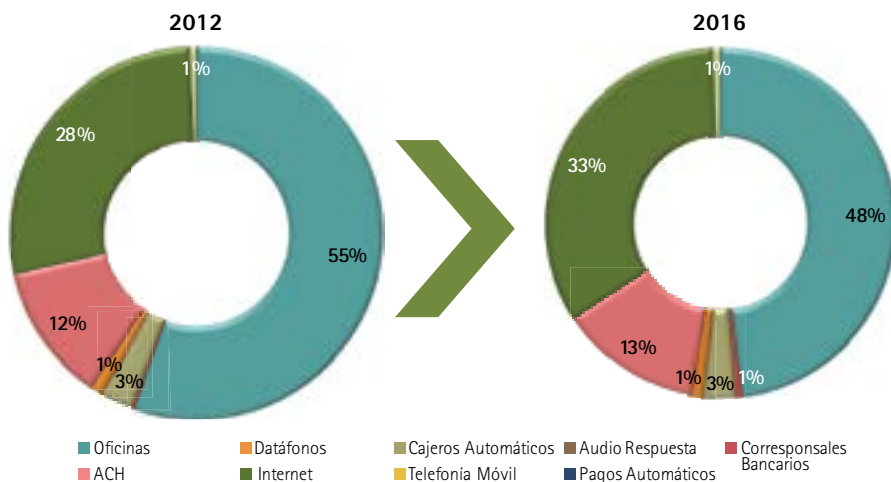
GRÁFICA 53: Crecimiento de canales transacciones 2012 y 2016
Participación número de transacciones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Asi mismo, el canal de telefonía móvil presentó la mayor dinámica en monto transado con un crecimiento de 4.430%, pasando de \$137 miles de millones en 2012 a \$6 billones en el 2016, seguido de los montos de las transacciones realizadas a través de corresponsales (294%) e internet (54%), las cuales pasaron de \$14 a \$57 billones y de \$1.508 a \$2.314 billones, respectivamente, entre 2012 y 2016.

GRÁFICA 54: Crecimiento de canales transacciones 2012 y 2016
Participación monto de transacciones



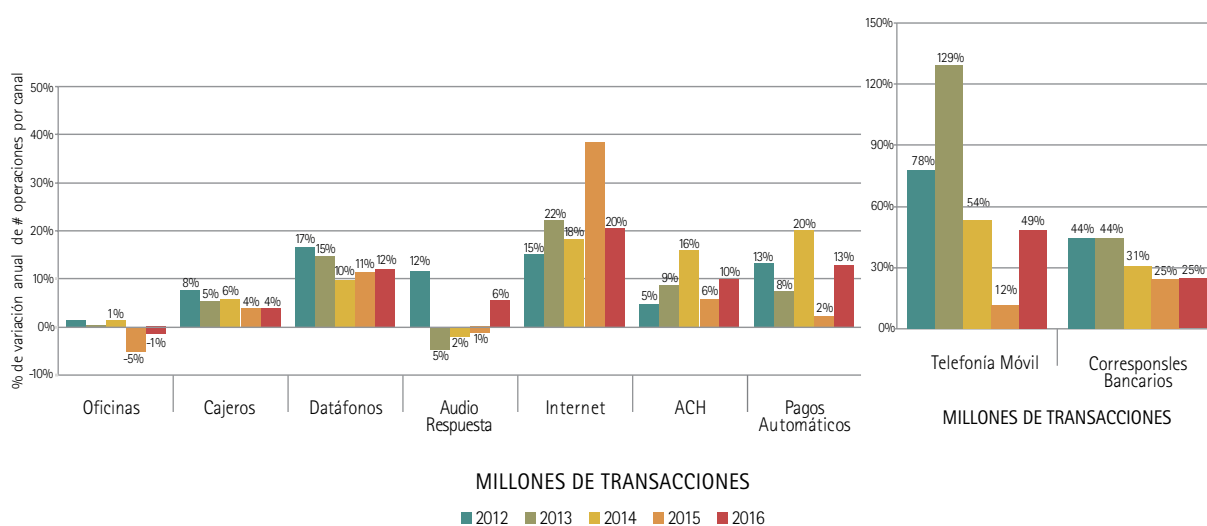
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



Dinámica de la transaccionalidad por tipo de canal

En términos de crecimiento anual, entre 2015 y 2016 el canal que presentó la mayor dinámica positiva al cierre del año fue telefonía móvil, con un aumento de 49% frente al año anterior, seguido por los corresponsales bancarios e internet con 25% y 20%, respectivamente.

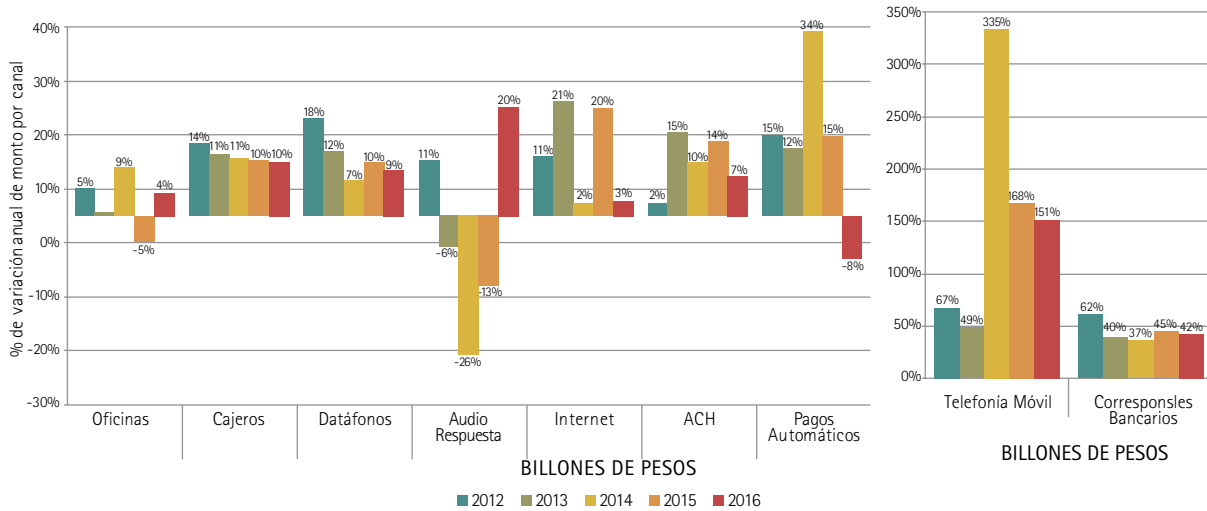
GRÁFICA 55: Evolución anual de número total de transacciones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Entre 2015 y 2016, los mayores crecimientos en términos de monto, lo presentó el canal de telefonía móvil con 151%, seguido por los corresponsales bancarios con 42% y audio respuesta con 20% (con un incremento de 33pp frente al crecimiento de 2014-2015). De manera contraria, el canal de pagos automáticos mostró un decrecimiento en el monto transado de 8% frente a 2015.

GRÁFICA 56: Evolución anual de monto total de transacciones

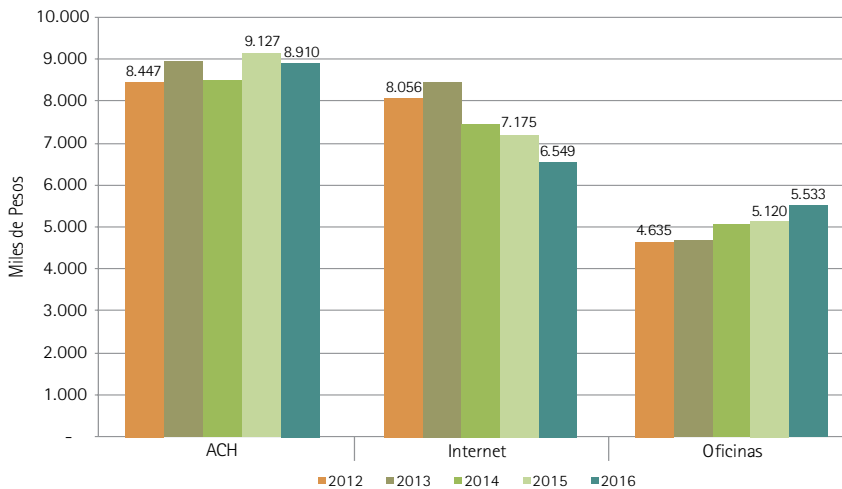


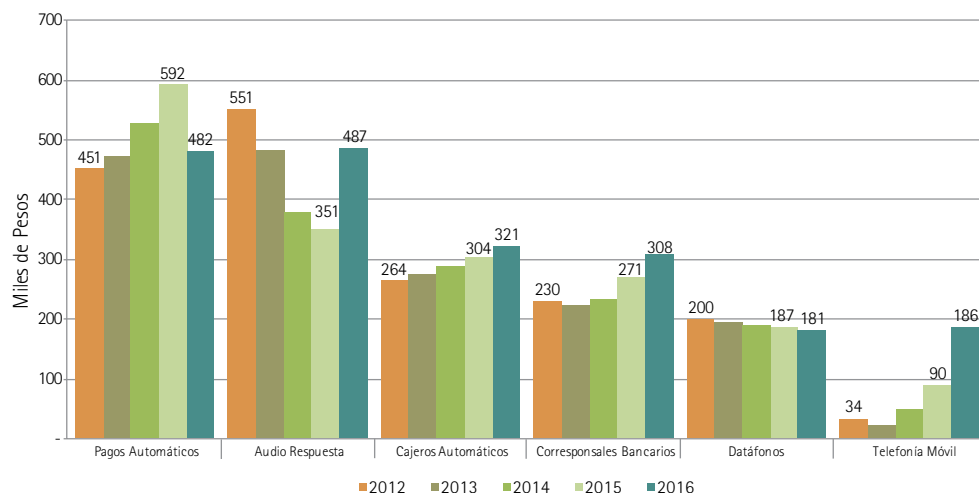
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Monto promedio de las transacciones por canal

Al evaluar el monto promedio de las transacciones por canal, que resulta del cociente entre el monto total transado y el número de transacciones monetarias, se evidenció que el valor más alto en el promedio transado corresponde al canal de ACH con \$8,91 millones, seguido por los canales de internet con \$6,55 millones y oficinas con \$5,53 millones.

GRÁFICA 57: Monto promedio de las transacciones





Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

A su vez, se resalta la evolución en el monto promedio de las transacciones. En particular, al comparar 2015 con 2016, el canal de telefonía móvil mostró el mayor crecimiento con 107% seguido por audio respuesta con 39% y los corresponsales bancarios con 14%. Por el contrario, los canales de internet y pagos automáticos se destacaron por la reducción en el monto promedio transado, con 9% y 19%, respectivamente.

GRÁFICA 58: Evolución en el monto promedio de las transacciones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Transaccionalidad por canal y tipo de transacción

Los consumidores financieros pueden hacer uso de servicios tales como pagos, transferencias, retiros, depósitos, transacciones internacionales y consulta de saldo, a través de los diferentes canales transaccionales del sistema financiero. Las oficinas y los corresponsales bancarios tienen la capacidad de prestar un mayor número de servicios, en el caso de los corresponsales adicionalmente se pueden realizar transacciones de envío y recepción de giros, apertura de cuenta de ahorros y solicitud de créditos.

Los canales de internet, telefonía móvil y audio respuesta mostraron que durante 2016 la mayor participación correspondió a la consulta de saldo (85%, 83% y 95%, respectivamente). Estos valores aumentaron frente al año anterior, principalmente en el caso de telefonía móvil que incrementó en 4pp y en internet y audio respuesta 1pp, respectivamente, respecto a 2015.

En el caso de las transacciones realizadas en el canal de oficinas, los pagos constituyeron la mayor proporción (40%), seguido por los depósitos (32%), los retiros (15%), la consulta de saldo (8%), las transferencias (3%) y las transacciones internacionales (1%). Estas transacciones no presentaron un cambio de composición desde 2015, aunque los pagos y depósitos disminuyeron 2pp y 1pp, respectivamente, las transferencias aumentaron en 1pp y la consulta de saldo aumentó en 2pp en el último año.

Respecto al canal de corresponsales bancarios, los recaudos fueron el tipo de transacción más frecuente durante 2016 con 52% del total, seguidos por retiros (18%), depósitos (16%), pagos (11%) y en menor proporción por la recepción de giros (1,8%), transferencias de fondos (1,2%) y el envío de giros (0,1%). Aunque la participación de los recaudos disminuyó en 4pp respecto a 2015, los retiros y los depósitos aumentaron 2pp. En esa medida, es importante seguir promoviendo la masificación de este canal, especialmente para impulsar las operaciones entre personas y empresas.

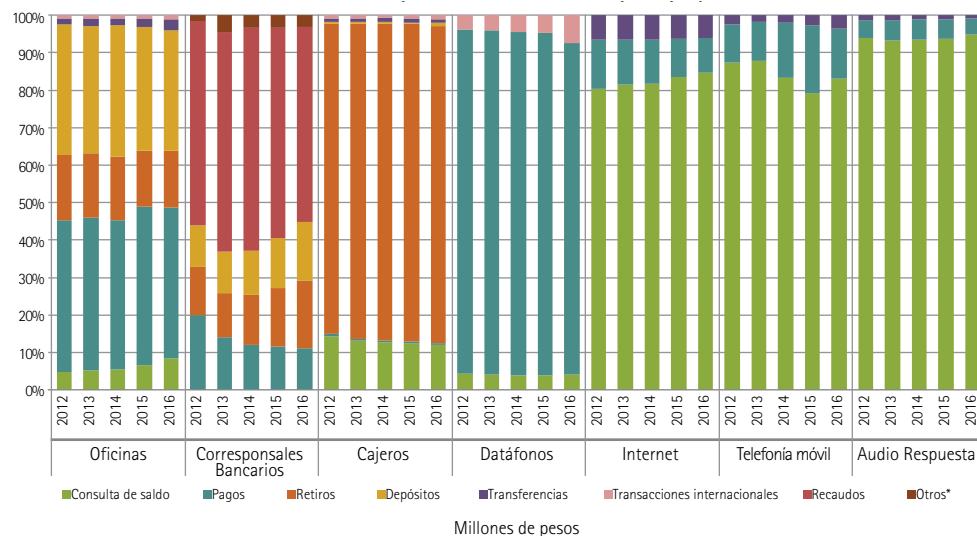
En relación con los cajeros, la transacción más frecuente correspondió a retiros con 85% de las transacciones realizadas y en una menor proporción la consulta de saldo (12%), transferencias y transacciones internacionales (1%), depósitos (0,7%) y pagos (0,5%). Estas transacciones mantuvieron un comportamiento estable durante los últimos cinco años.

La transacción más representativa en los datáfonos correspondió a pagos y transferencias con 88%, y en menor proporción las transacciones internacionales



(7,5%) y la consulta de saldo (4%). En de anotar que la participación de los pagos y transferencias disminuyó en 3 pp con respecto a 2015, por el contrario, las transacciones internacionales aumentaron en 3pp.

GRÁFICA 59: Participación de transacciones por tipo y canal (número)



En términos de monto, la transacción monetaria que más recursos movilizó en los canales de internet, telefonía móvil y audio respuesta correspondió a las transferencias con 66,6%, 67,2% y 70%, del total transado, respectivamente, seguido por los pagos con 33,4%, 32,8% y 30%, respectivamente. En el caso de internet y telefonía móvil, los pagos aumentaron 2,5pp y 1,5pp, respectivamente, mientras que en el canal de audio respuesta disminuyeron en 2pp. Lo anterior demuestra el potencial de estos canales para seguir ampliando el alcance de los servicios financieros.

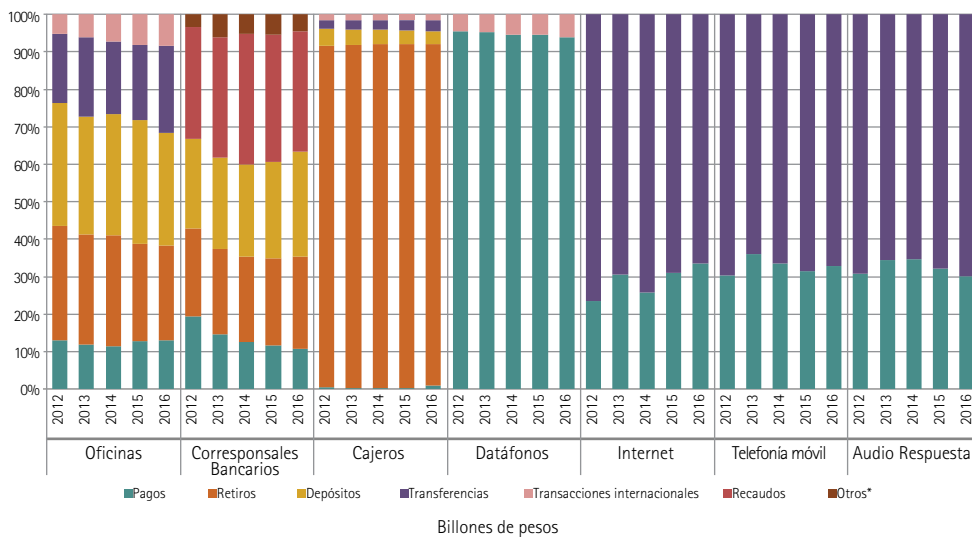
En las transacciones realizadas por medio de las oficinas, los depósitos aportaron el 30% del monto total transado, seguido por los retiros (25%), transferencias (23%), pagos (13%) y transacciones internacionales (8%). En comparación con 2015, los depósitos disminuyeron en 3pp, mientras que las transferencias aumentaron en 3,3pp.

En el caso de los corresponsales bancarios, la mayoría de los recursos se movilaron a través de recaudos (32%), seguido por los depósitos (28%), los retiros (25%) y los pagos (11%), y en menor proporción por las transferencias (3%) y la recepción de giros (2%).

Con relación a los cajeros, la transacción que más recursos movilizó fueron los retiros, con 91% de los recursos transados. Otras transacciones como los depósitos (3,4%), las transferencias (3%), las transacciones internacionales (2%) y los pagos (0,7%), participaron en menor proporción pero de manera constante en el tiempo.

Los datáfonos han mantenido la misma proporción durante los últimos cinco años en el monto de las transacciones realizadas, los pagos representaron el 94% y las transacciones internacionales 6%.

GRÁFICA 60: Tipo de transacciones realizadas y participación (monto)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

Análisis de las transacciones en los corresponsales bancarios (CB) por ruralidad

Los corresponsales bancarios son un mecanismo a través del cual los servicios financieros llegan a poblaciones a las cuales es difícil llegar con puntos de acceso tradicionales como las oficinas. Entidades interesadas en ampliar su negocio llegando a la población excluida del sistema financiero lo hacen por medio de la contratación de terceros para prestar determinados servicios financieros, facilitando a los clientes de una entidad la realización de transacciones y pagos teniendo en cuenta su ubicación geográfica y sus necesidades básicas.

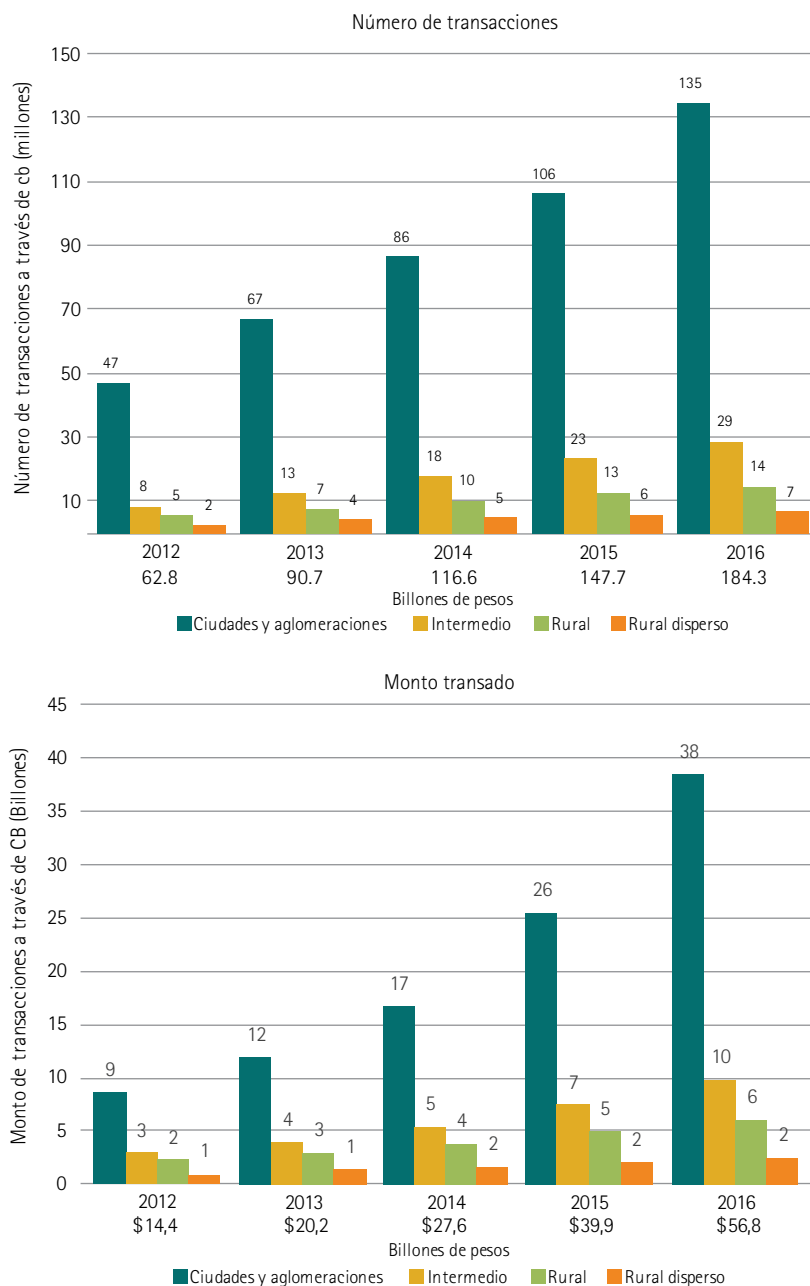
En este sentido, en Colombia en los últimos cinco años se ha observado un aumento en las transacciones en municipios intermedios⁵⁸ y rurales. En 2012, el 75% del número de transacciones se concentró en ciudades y aglomeraciones,

⁵⁸ Hace referencia a los municipios intermedios de acuerdo a la metodología aplicada por el DNP.



mientras que el 13% y 9% lo representaban los municipios intermedios y rurales, respectivamente. Por su parte, en 2016 las cifras favorecieron principalmente a los municipios intermedios con una participación de las transacciones de 16%, en cuanto al monto transado las ciudades y aglomeraciones representaron el 68% frente a 59% en 2012.

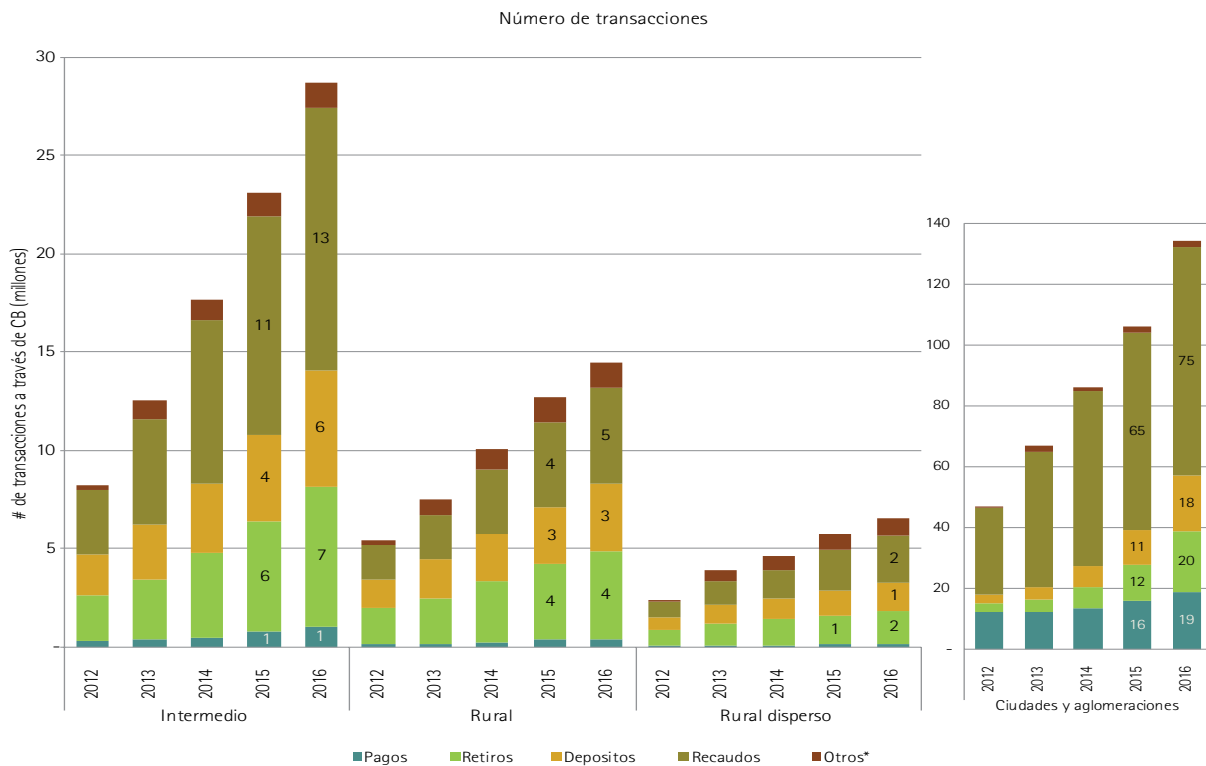
GRÁFICA 61: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad



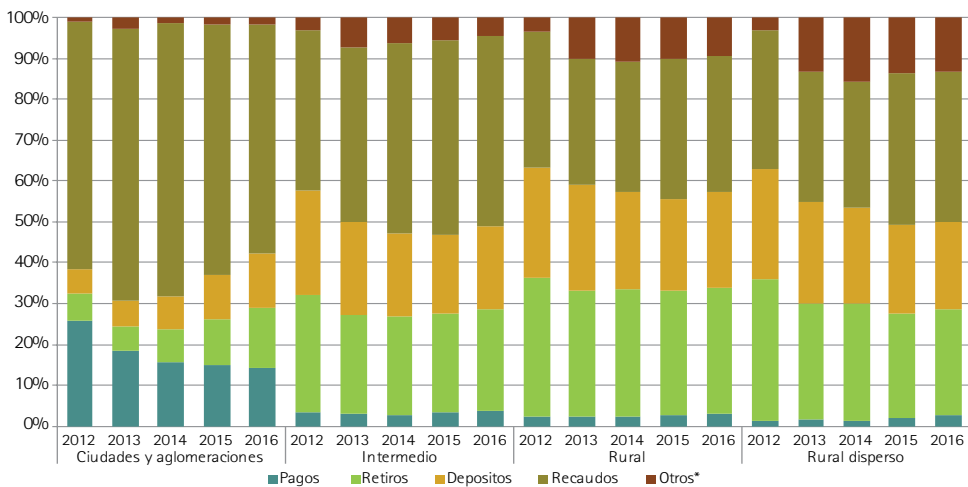
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

En cuanto al tipo de transacciones, los recaudos fueron la transacción más realizada especialmente en ciudades y aglomeraciones y municipios intermedios, con 56% y 46%, respectivamente. Por su parte, la participación de los retiros y depósitos fueron más frecuentes en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos respecto del total de las transacciones realizadas en las ciudades y aglomeraciones, con un promedio de participación de los depósitos de 22% y de retiros de 27%.

GRÁFICA 62: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad



Gráfica 62B: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad- % participación



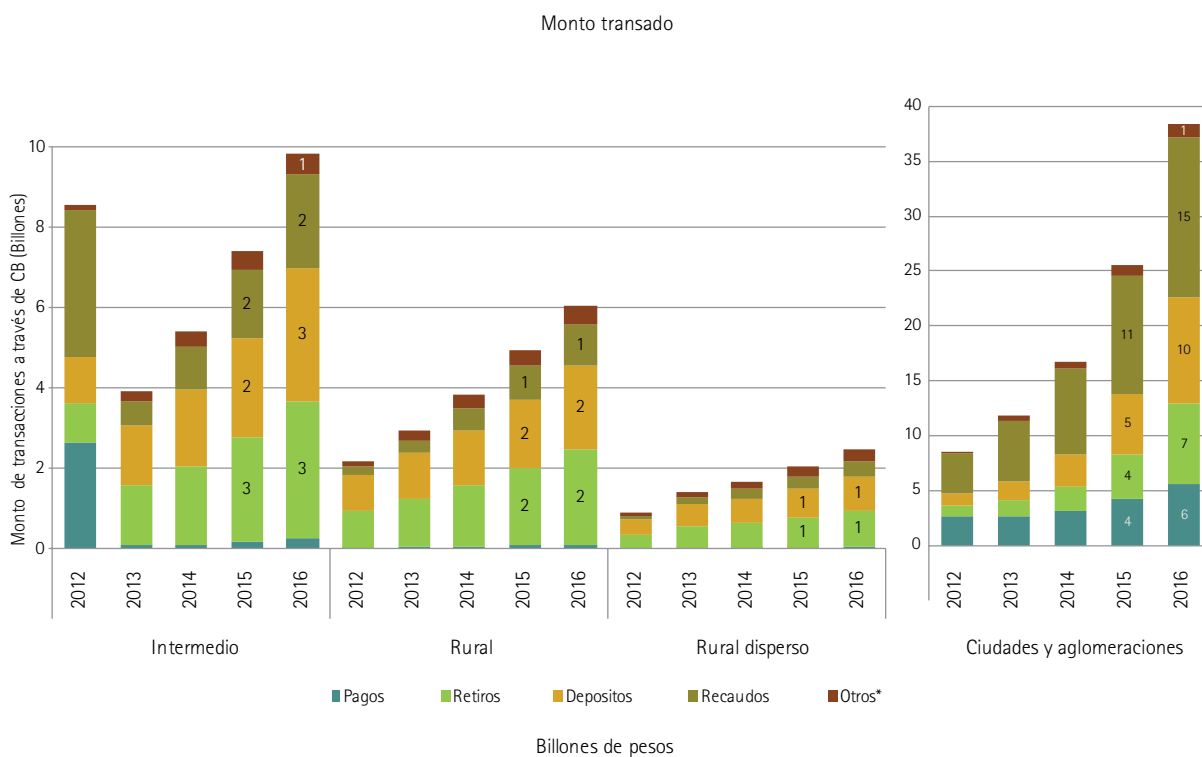
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.



Al analizar el monto de las transacciones, los CB en ciudades y aglomeraciones movilizaron el 68% con \$38 billones transados, seguido por los municipios intermedios con el 17% con \$10 billones transados y en municipios rurales y rurales dispersos con 11% y 4%, respectivamente. En comparación con 2015, el monto de las transacciones en 2016 mostró un crecimiento respecto al año anterior, pasando de 21,0% en 2015 a 21,3% en 2016 en municipios rurales dispersos.

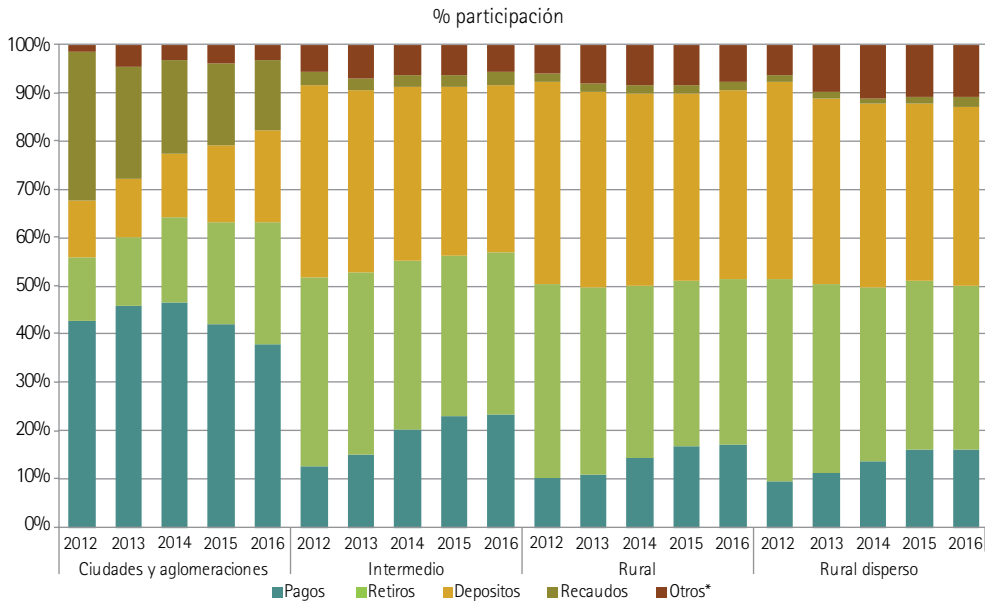
Por tipo de transacción, los recaudos movilizaron la mayor porción de los recursos, sobretodo en ciudades y aglomeraciones, ubicándose en 38%. En municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, la mayoría de los recursos se transaron a través de retiros y depósitos (alrededor de 38% para retiros y 34% para depósitos).

GRÁFICA 63: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad
Monto transado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

GRÁFICA 63: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad

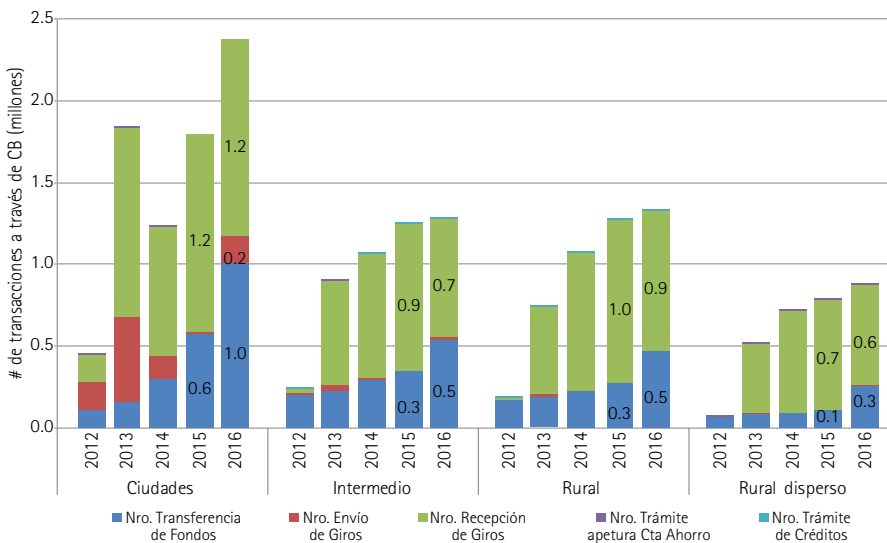


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

En cuanto a las transacciones que están bajo la categoría de "otros"⁵⁹, la recepción de giros fue la transacción más frecuente en todos los tamaños municipales, aportando alrededor del 60% del total de transacciones.

Si bien, el número por tipo de transacciones de la categoría de "otros" ha venido en aumento desde 2012, se destacó entre ellas el incremento, tanto en número de transacciones como en participación, en todos los rangos poblacionales, la transacción de recepción de giros, particularmente entre 2013 y 2016.

GRÁFICA 64: Transacciones realizadas en otras categorías⁶⁰ a través de CB número de transacciones

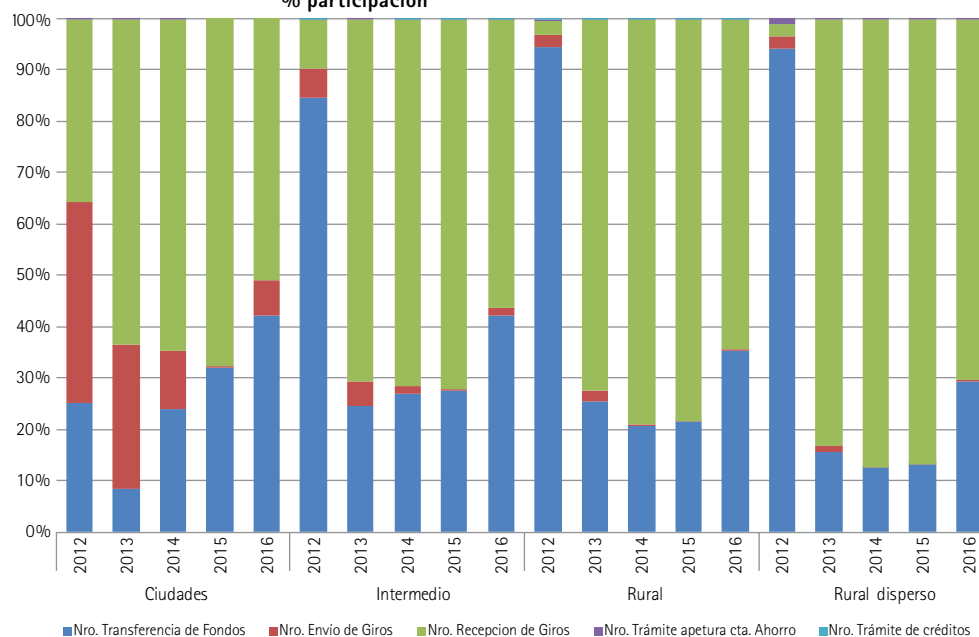


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

59. En la categoría de "Otros" se incluyen: transferencias de fondos, envío de giros, recepción de giros, trámite de apertura cuenta de ahorro y trámite de créditos.
60. Ibidem



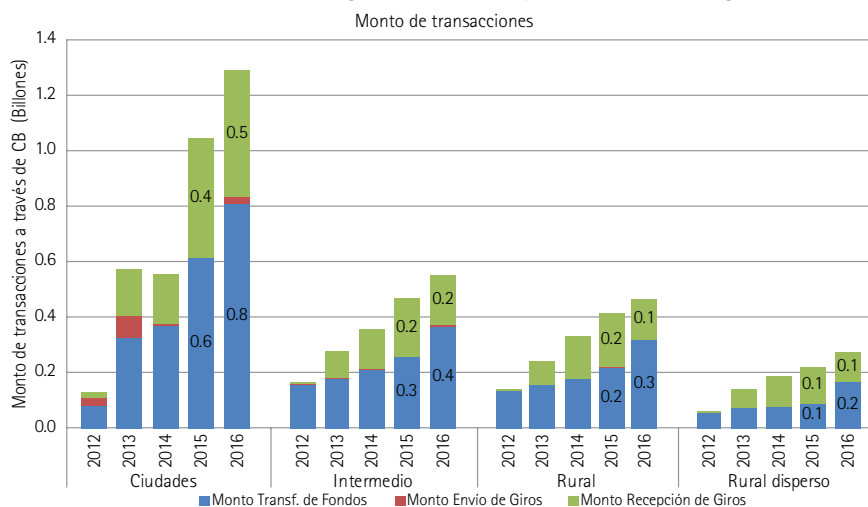
**GRÁFICA 64: Transacciones realizadas en otras categorías a través de CB
% participación**



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

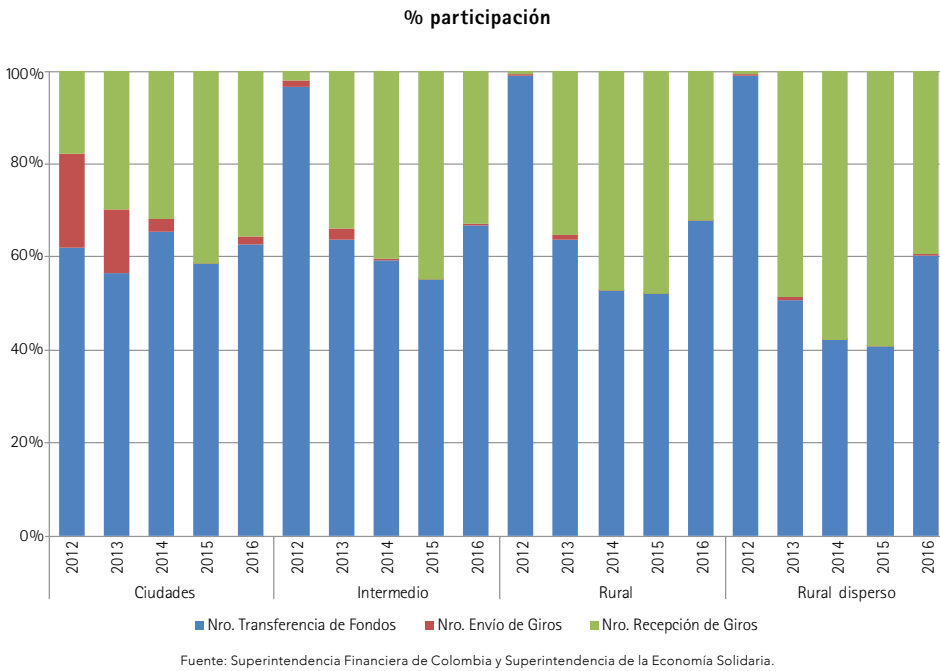
En cuanto a la movilización de recursos, la transacción más importante bajo esta categorización desde 2012 hasta 2016 correspondió a las transferencias de fondos, que para 2016 representaron alrededor de 64% en todos los tamaños poblacionales. Por su parte, la recepción de giros también participó homogéneamente entre los diferentes tamaños poblacionales con un promedio de 35%.

**GRÁFICA 65: Transacciones realizadas en otras categorías⁶¹ a través de CB por nivel de ruralidad
número de transacciones**



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria.

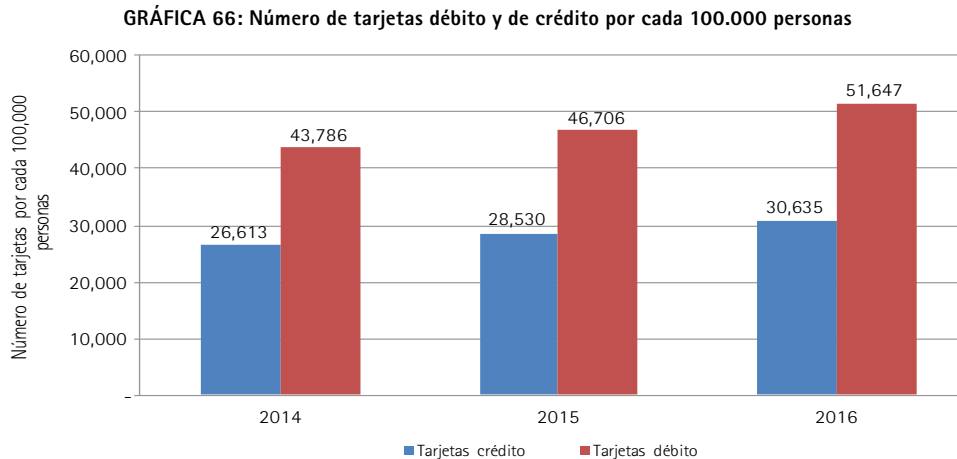
61 Ibidem



Uso de servicios transaccionales por cada 100.000 personas

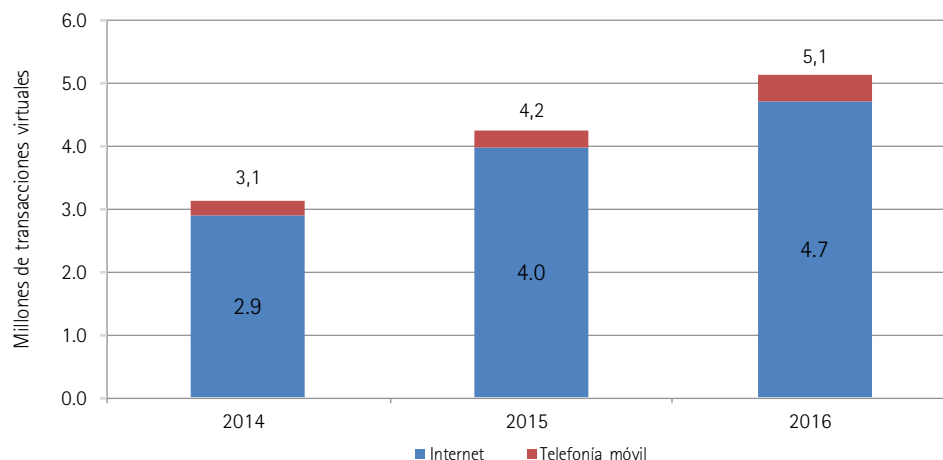
La dinámica de transaccionalidad descrita para cada uno de los canales se replica cuando se calculan los indicadores uso de servicios transaccionales (número de tarjetas débito y crédito por cada 100.000 personas), transacciones virtuales (número de transacciones de internet y telefonía móvil por cada 100.000 personas) y transacciones sin efectivo (número de transacciones de internet, telefonía móvil, tarjetas débito y crédito por cada 100.000 personas).

Por el lado del número de tarjetas débito y crédito por cada 100.000 personas, en 2016 había 51.647 tarjetas débito y 30.635 tarjetas de crédito por cada 100.000 personas, valor que ha venido en aumento frente a años anteriores.



Adicional a esto, el indicador de transacciones virtuales, que se calcula como el número de transacciones de internet y telefonía móvil por cada 100.000 personas, para el año 2016 alrededor de 5,1 millones de transacciones por cada 100.000 personas utilizan estos canales para realizar transacciones, presentando un crecimiento de 21% con respecto al 2015.

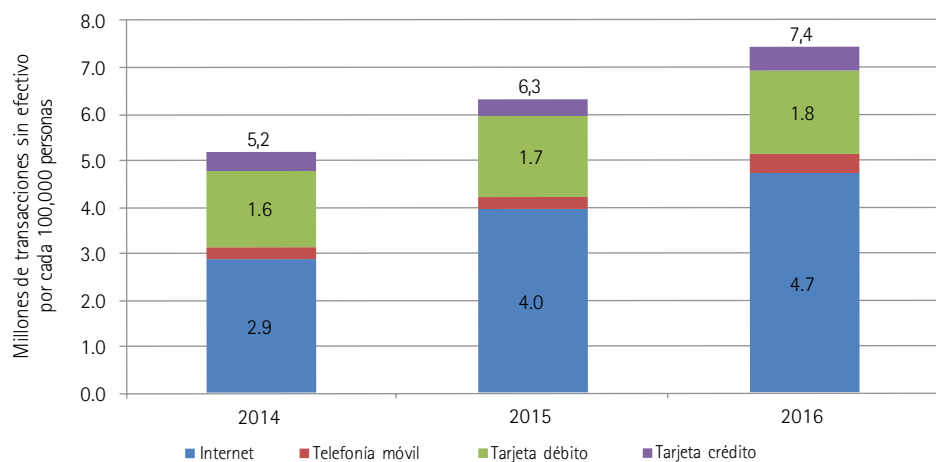
GRÁFICA 67: Número de transacciones virtuales por cada 100.000 personas



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y DANE.

Por su parte, el indicador de transacciones sin efectivo, que se obtiene al relacionar el número de transacciones de internet, telefonía móvil, tarjetas de crédito y débito por cada 100.000 personas, muestra que por cada 100.000 personas se realizan 7,4 millones de transacciones virtuales, valor que presenta un crecimiento anual de 17% respecto a 2015.

GRÁFICA 68: Número de transacciones sin efectivo por cada 100.000 personas



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y DANE.

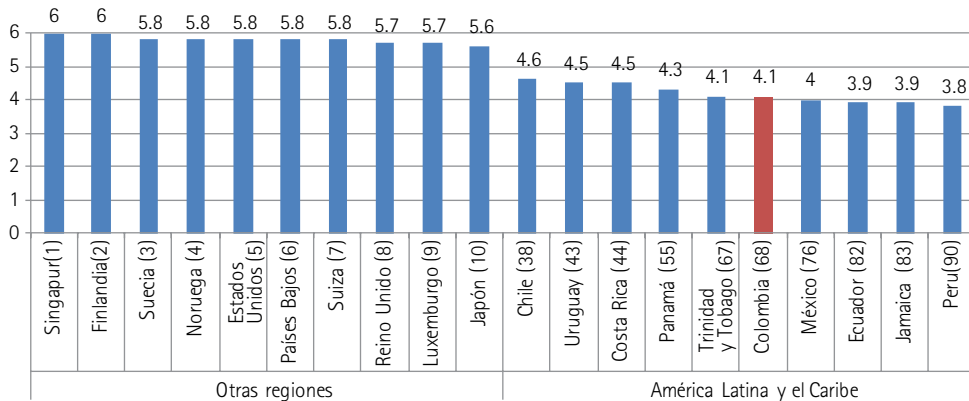
El desarrollo de las tecnologías de la Información y de las comunicaciones de Colombia frente al mundo

El desarrollo de la infraestructura tecnológica es una herramienta clave para continuar avanzando en materia de inclusión financiera y estudios internacionales muestran los logros alcanzados por Colombia y otros países en preparación tecnológica.

El Reporte Global en Tecnologías de la Información del Foro Económico Mundial, muestra el comportamiento del Índice de Preparación en Interconectividad de 143 economías medido dentro de una escala de uno a seis, siendo uno el valor para los países menos preparados y seis para los de mayor preparación. Este indicador abarca seis aspectos o pilares fundamentales en cada una de las economías de la muestra, incluyendo el entorno (político, regulatorio y de innovación), la preparación (infraestructura, costos, aptitudes de la población), el uso (individual, empresarial, del gobierno) y los impactos (económicos y sociales).

Al comparar los índices de diez países de América Latina y el Caribe con el top diez de países del mundo, se evidencia una diferencia de una unidad en las calificaciones y de más de 28 puestos entre el país número diez (Japón) y el número uno de América Latina (Chile), dando muestra del rezago de nuestra región frente al mundo. En el caso de Colombia, durante 2016 se ubicó en el sexto lugar en América Latina y el Caribe y ocupó el puesto 68 a nivel global.

GRÁFICA 69: Puntaje y ranking de preparación de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y DANE.

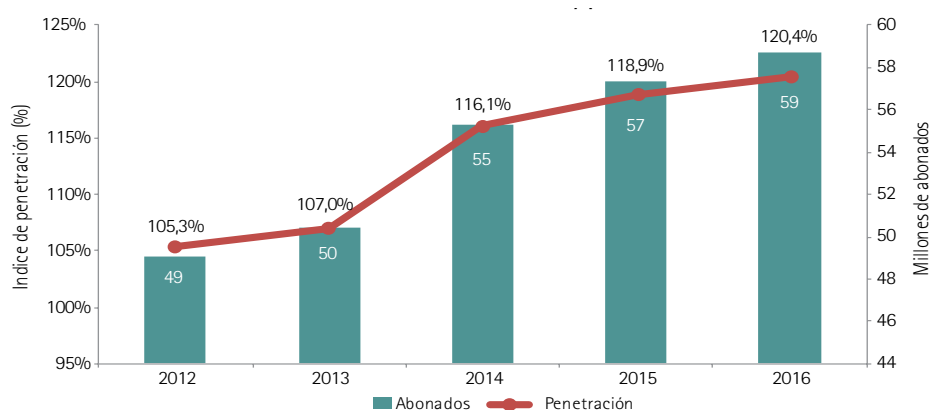


Recuadro 2: Acceso y uso de tecnologías en Colombia

Este recuadro da a conocer la evolución de los medios tecnológicos por los cuales la población se está acercando a los servicios financieros, especialmente desde el lado de internet y telefonía móvil. En esta medida, se analiza la penetración de la telefonía móvil, así como los hogares están haciendo uso eficiente de estos medios.

A partir de la información del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones⁶², se muestra un indicador de acceso a la penetración móvil equivalente a la relación entre el número suscripciones por cada 100 personas. Al cuarto trimestre de 2016, este indicador ascendió a 120,4%, presentando un incremento de 1,5pp respecto a 2015.

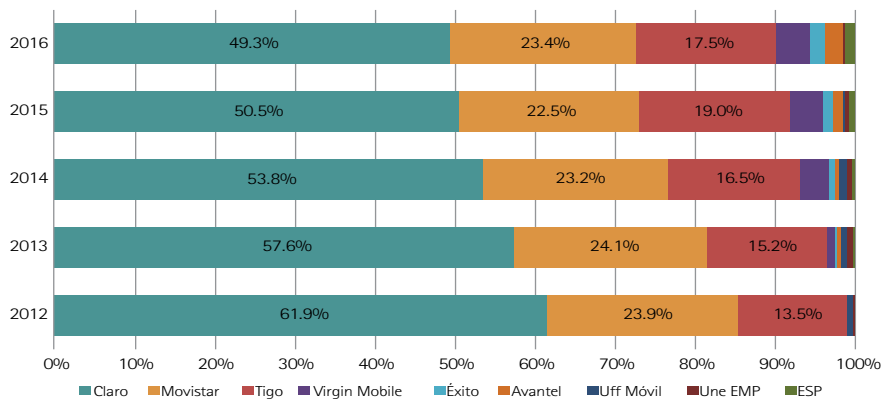
GRÁFICA 70: Número de abonados a telefonía celular y penetración del servicio



Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

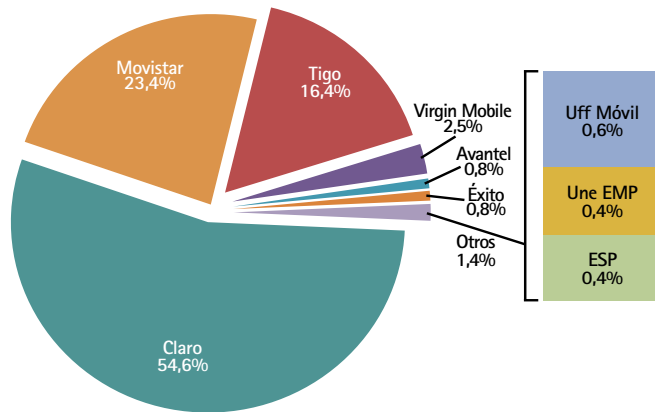
Si bien la prestación del servicio de telefonía móvil sigue concentrada en tres grandes proveedores: Claro, Movistar y Tigo, con una cobertura promedio durante los últimos cinco años del total de los abonados de 55%, 23% y 16%, respectivamente, en Colombia la promoción de estos servicios se ha venido extendiendo hacia nuevos competidores.

GRÁFICA 71: Porcentaje de participación de abonados por proveedor de telefonía móvil
% de participación total de abonados por proveedor de Telefonía Móvil



Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

% participación promedio 2012-2016

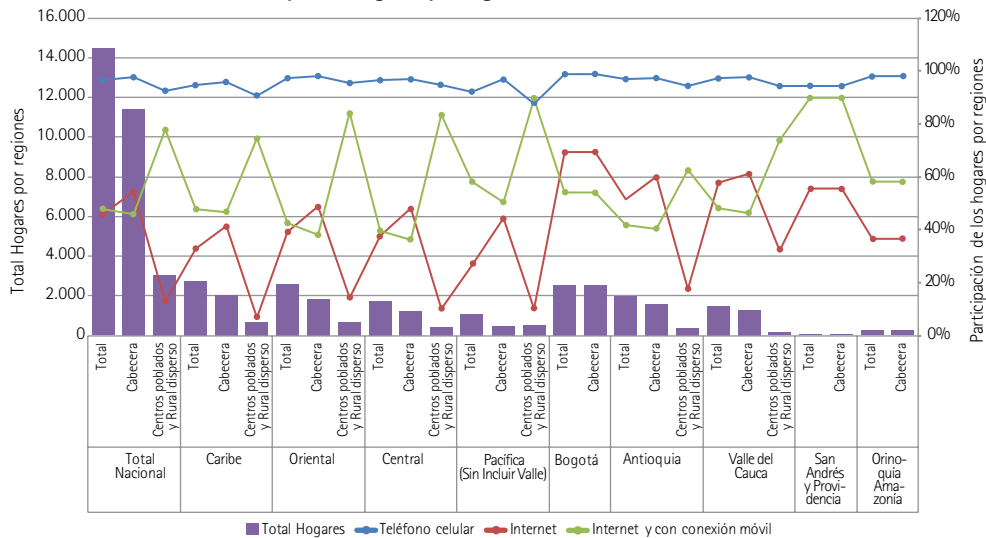


Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

A nivel nacional, en 2016 el 96% de los hogares manifestaron tener teléfono celular, con 98% en las cabeceras municipales y 93% en centros poblados y municipios rurales dispersos. En cuanto a internet, 46% de los hogares manifestaron tener conexión; si bien la conexión a internet tiene un comportamiento similar al promedio nacional en las cabeceras municipales (55%), la brecha de uso de este servicio en centros poblados y municipios rurales dispersos es importante, con 13% de hogares con conexión.

En el caso de los hogares con internet por tipo de conexión, 48% manifestaron tener internet con conexión móvil. Si bien este comportamiento es similar en cabeceras municipales, es diferente en los centros poblados y municipios rurales dispersos donde el porcentaje es mayor (78%) al promedio nacional.

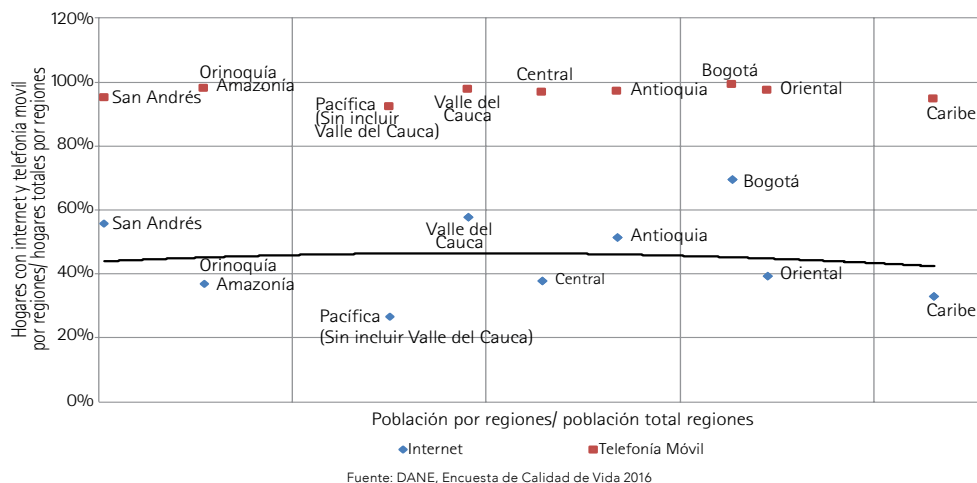
GRÁFICA 72: Participación hogares por regiones con teléfono celular e internet 2016



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2016

La mayor tenencia de internet lo registraron las regiones de Bogotá, Valle del Cauca, San Andrés y Antioquia, con 69%, 58%, 56% y 51%, respectivamente, y la región Pacífica (excluyendo al Valle del Cauca) registró el menor porcentaje con 27%, seguido de Caribe, Orinoquía, Central y Oriental con 33%, 37%, 38%, 39%, respectivamente.

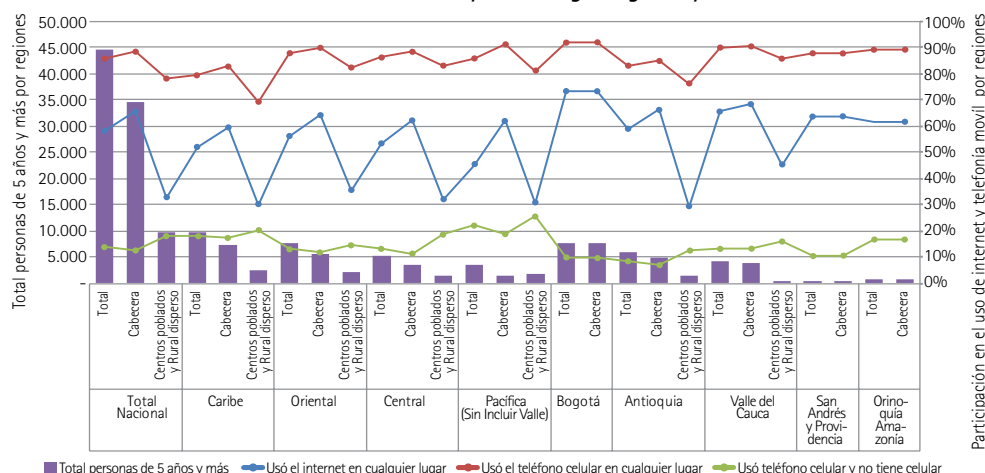
GRÁFICA 73: Participación de hogares por regiones 2016



En cuanto al uso por edad, la encuesta concluyó que 86% de la población mayor de 5 años (38,1 millones de colombianos) utiliza el teléfono celular, siendo este comportamiento similar en municipios de cabeceras, en el caso de los centros poblados y rurales dispersos vemos que la región Caribe y Antioquia el comportamiento es inferior en 17pp y 5pp, respectivamente.

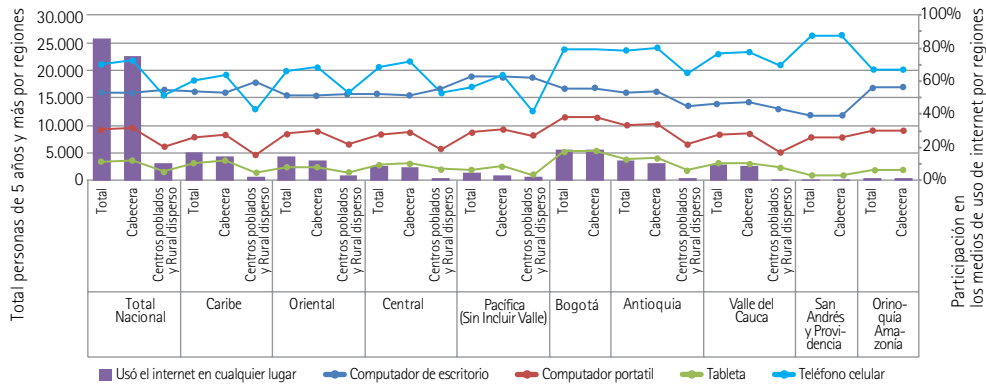
En el caso del uso de internet, se estima el 58% (25,8 millones de colombianos) lo utilizó, comportamiento que fue similar en las cabeceras municipales, por el contrario, con una amplia dispersión en centros poblados y municipios rurales dispersos, donde en promedio lo utilizó el 32%.

GRÁFICA 74: Uso de internet y celular según regiones y área 2016



La información también mostró que el teléfono celular es el dispositivo a través del cual la población colombiana más accede al servicio de internet, con un promedio nacional de 70% de hogares. En regiones como San Andrés y Providencia, Bogotá y Valle del Cauca tiene mayor relevancia, con 87%, 79% y 77%, respectivamente.

GRÁFICA 75: Uso de dispositivos para acceder a Internet, según regiones y área 2016



Fuente: DANE, Encuesta de Calidad de Vida 2016
 Nota: Proporción de la población mayor a cinco años que usa los servicios

Conclusiones

- Así como en años anteriores, las transacciones financieras registraron una evolución positiva durante el último año. El total de transacciones a través del sistema financiero aumentaron 14% y el monto transado 5%. Este comportamiento estuvo impulsado a nivel del número de transacciones por el canal de internet con una participación del 47% del total y a nivel de monto transado por el canal de oficinas con 47% del monto total.

El canal que registró la mayor dinámica positiva al cierre del año fue la telefonía móvil, con un aumento por número de transacciones 49% y según el monto transado 151%. Este canal se está convirtiendo en un instrumento fundamental para la inclusión financiera por su potencial para seguir ampliando el alcance de los servicios financieros a la población.

- Los canales que han exhibido el mayor dinamismo en los últimos cinco años corresponden a la telefonía móvil, correspondientes bancarios e internet. Estos canales registraron para 2016 un aumento de 503%, 193% y 141%, respectivamente, en el número de transacciones frente a 2012 y en 4.430%, 294% y 54%, respectivamente, en monto transado.

- El análisis de la transaccionalidad de los corresponsales bancarios por nivel de ruralidad permite concluir que su actividad se concentra en ciudades y aglomeraciones, pero en los últimos cinco años se ha observado un aumento en las transacciones en municipios intermedios. En 2012 el 75% del número de transacciones se concentró en ciudades y aglomeraciones y el 13% en municipios intermedios. Por su parte, en 2016 las cifras favorecieron principalmente a los municipios intermedios con una participación de 16%. El recaudo es la transacción más frecuente y que moviliza más de la mitad de los recursos en todos los municipios, mientras que la participación de los retiros y depósitos son más frecuentes en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos.
- En el indicador de tenencia de servicios transaccionales por cada 100.000 personas, muestra un crecimiento entre 2014 y 2016 de 17% equivalente a 11.882 personas con tarjeta débito y crédito.
- Los indicadores de transacciones virtuales y transacciones sin efectivo por cada 100.000 personas, muestran un crecimiento entre 2014 y 2016 de 63% y 43%, respectivamente. Es decir, que en los últimos dos años, se han realizado 1.9 millones de transacciones a través de internet y telefonía móvil por cada 100.000 personas y 2.2 millones de transacciones sin efectivo por cada 100.000 personas.
- Adicional el uso de tecnologías por parte de la población mayor a 5 años muestra que el 86% (38.1 millones de Colombianos) utiliza el teléfono celular, en el caso de internet se estima que el 58% (25,8 millones de Colombianos).
- Hasta ahora se ha avanzado en acceso y uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, pero el país todavía está rezagado frente otras economías. En Colombia, si bien existe un alto nivel de acceso y uso de tecnologías como los teléfonos móviles, con una penetración de 120,4% y además se estima que el 86% de la población mayor a cinco años (38,1 millones de colombianos) utilizan el teléfono celular tanto en cabeceras municipales como centros poblados y rurales dispersos, todavía queda camino por recorrer en temas de acceso y uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, que redunde en una mayor inclusión financiera.



Recuadro 3: Dinámica reciente de uso de efectivo en Colombia

Es innegable la transformación actual que viven los medios de pago y el uso del efectivo a nivel mundial. Los cambios generacionales (Millennials y Generación Z)⁶³, la globalización que demanda respuestas inmediatas y la dinamización de la inclusión financiera, han acelerado el uso de nuevos instrumentos de pago y cambiado la interacción de los usuarios con el sistema financiero.

No obstante, el efectivo continúa siendo el medio de pago preferido por la población en muchos países incluido Colombia. En el mundo, el 85% del total de las transacciones se hacen en efectivo (MasterCard Advisor, 2013) y en Colombia el 90% de los pagos de alta frecuencia y bajo monto se hacen en efectivo (Better Than Chash, 2015).

El efectivo cuenta con unos atributos⁶⁴ que hacen que los individuos lo prefieran sobre otros medios de pago. Sin embargo, los gobiernos reconocen el impacto que tiene su reducción en la lucha contra el fraude fiscal, la economía subterránea y la corrupción, por lo que se considera parte fundamental de la política de inclusión financiera.

Al revisar la relación entre efectivo y producto interno bruto, se observa que la tendencia de crecimiento ha sido proporcional en los últimos 12 años. Mientras que en 2013 era de 4,3%, para el 2015 se ubicó en 5,6%, situación que no solo se presenta para Colombia, sino que es similar para los países de América Latina (Banco de la República, 2016).

Al comparar la distribución porcentual del efectivo en circulación (M0)⁶⁵ en los países de América Latina, se observa que Colombia, con un 8%, se encuentra por debajo de países como México (30%) y Brasil (23%), lo que responde al tamaño de sus economías, el volumen de la población y a la extensión geográfica de estos países, pero por encima de Perú (6%) y Chile con (4%) (FELABAN, 2017).

El Gobierno, en su Plan Nacional de Desarrollo (2014 – 2018), planteó la meta de reducir la razón del efectivo / M2⁶⁶ hasta 8,5% para 2018. No obstante, el comportamiento de este indicador en los últimos 20 años revela que en promedio la relación ha sido de 13,8%, un valor muy por

63 Los millennials se caracterizan porque la tecnología es una herramienta natural para su vida diaria, sus relaciones se fundamentan en las redes sociales y son consumidores muy críticos y exigentes. Por su parte la Generación Z, son los nativos digitales, emprendedores por naturaleza y prefieren realizar sus compras en tiendas digitales.

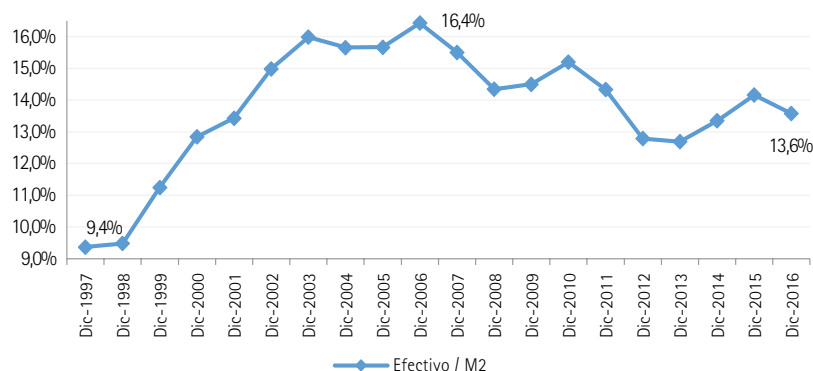
64 Fácil uso, bajo costo, amplia aceptación, disponibilidad inmediata y privacidad de las transacciones.

65 El M0 se refiere al total del dinero en circulación (billetes + monedas), más cuentas bancarias depositadas en los Bancos Centrales. En la región (América Latina), el efectivo en circulación ascendió a USD 207 mil millones, Felaban (2017).

66 El M2 hace referencia a la suma de M1 (efectivo más depósitos en cuenta corriente) + cuasidinereros (cuentas de ahorros más cuentas de certificados a término o CDTs).

encima de los niveles presentados a finales de la década de los 90, en donde la razón del efectivo / M2, se ubicaba en 9,4%.

GRÁFICA 76: Relación de Efectivo sobre M2



Fuente: Banco de la República – Elaboración BdO

A partir del año 2000, se observa un incremento en el uso de efectivo en Colombia, lo que coincide con la implementación del impuesto a las transacciones financieras (GMF)⁶⁷, el cual restringió de alguna manera el uso de las cuentas de ahorro debido a los mayores costos asociados a estas.

A pesar de la incorporación de nuevos mecanismos de pago, la demanda por efectivo es alta debido a aspectos como la baja penetración de tarjetas (débito y crédito), la falta de infraestructura para aceptación masiva de pagos electrónicos, los costos de oportunidad y factores culturales. A continuación se describe cada uno.

En el mundo, el número de las transacciones que no son en efectivo creció a una tasa de 8,9%, principalmente por operaciones con tarjetas débito y crédito, instrumentos que continúan siendo los más usados para pagos electrónicos con tasas de crecimiento del 11,8% en 2014⁶⁸. Asimismo, el monto de las transacciones electrónicas alcanzó los USD \$387,3 billones, resultado jalonado principalmente por el crecimiento en los mercados de Asia⁶⁹.

En Colombia, por su parte, el crecimiento de instrumentos como las tarjetas también ha sido representativo. En los últimos cinco años, el número de tarjetas débito se incrementó en promedio en 8,8% y las de crédito 9% (SFC). Sin embargo, su uso es más moderado debido en parte a las barreras de costos y la falta de infraestructura para aceptación de pagos electrónicos en muchos comercios⁷⁰.

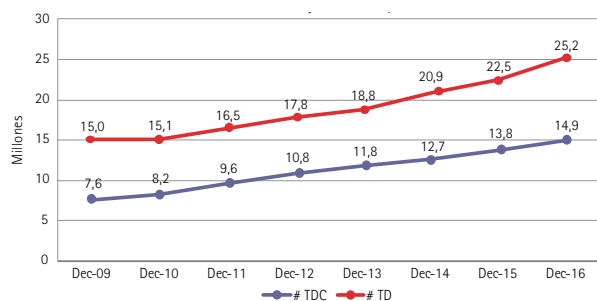
67 Llamado inicialmente dos por mil, posteriormente tres por mil y actualmente cuatro por mil.

68 World Payment Report 2016

69 Un caso importante a destacar es China país que logró desarrollar plataformas de comercio electrónico y redes sociales (We Chat y Alipay) que integran un "ecosistema de pagos digitales" apalancado en la creación de nuevos servicios financieros y una fuerte estrategia de incentivos a individuos y comerciantes para promover los pagos electrónicos.

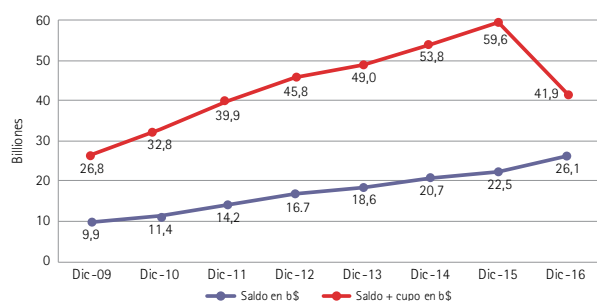
70 Algunos de estos resultados se identificaron en el Estudio de demanda Inclusión Financiera, Banca de las Oportunidades – Superfinanciera (2015) y el Proyecto F, Asobancaria, Banco de la República y Redeban (2016).

GRÁFICA 77: Evolución del número de tarjetas débito y crédito



Fuente: Superfinanciera de Colombia – Elaboración BdO

GRÁFICA 77B: Evolución de saldo y saldo más cupo de las tarjetas de crédito



Fuente: Superfinanciera de Colombia – Elaboración BdO

Otro de los factores determinantes para reducir el uso de efectivo está asociado al crecimiento de terminales de datáfonos (POS) y al desarrollo de nuevas estructuras para fortalecer los pagos digitales.

A diciembre de 2016, el país contaba con 364 mil datáfonos a razón de 1.095,3 por cada 100.000 adultos, de los cuales el 97% están localizados en las ciudades. Sin embargo, los pagos electrónicos per cápita eran de 12,1 (en 2015), por debajo de los observados en países de la región como Chile (44,4), Argentina (33,9) y Perú con (16,7), (Banco de la República, 2017).

Ampliar la infraestructura de terminales de datáfonos - POS entre los minoristas es un proceso largo, por lo que la estrategia para reducir el efectivo debe ir acompañada también de la promoción de otros medios de pago como la banca por Internet y la banca móvil.

Hoy en Colombia más del 53% de la población tiene acceso a internet y el porcentaje de cobertura de celular es de 116%⁷¹. Sin embargo, se identifica una brecha entre el conocimiento y el uso que se da a estos canales. Si bien el 74% y 80% de las personas saben que pueden utilizar

71 Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, Documento PDF tomado de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/documentos/ESTRATEGIA%20NACIONAL%20DE%20INCLUSI%C3%93N%20F.pdf>, fecha de consulta febrero de 2017.

el celular e internet para realizar transacciones financieras, solo un 20%, en cada caso, lo hace, principalmente por la desconfianza que les genera estos medios de pago electrónicos⁷².

De otro lado, el porcentaje de participación en número de operaciones realizadas por tipo de canal a diciembre de 2016, estuvo liderado por el internet con 46,6% mientras la banca móvil se ubicaba en 4,0%. Sin embargo, las oficinas continúan siendo el canal que mayor monto maneja con un 47% seguido del internet con 33% y la banca móvil con solo un 0,1%. Esto quiere decir, que en este tipo de canales (internet y banca móvil) aún predominan las transacciones no monetarias, como las consultas de saldo.

Para incentivar el aumento de los pagos electrónicos, a través de la Ley 1735 de 2014 y su respectiva reglamentación, se autorizó una nueva licencia financiera denominada Sociedades Especializadas de Depósito y Pagos Electrónicos (SEDPE) a través de las cuales se espera dinamizar los servicios transaccionales a toda la población y desarrollar el ecosistema de pagos digitales. Sin embargo, existe oportunidad para incentivar la aceptación de medios de pago diferentes al efectivo entre los pequeños comercios⁷³

Todo lo anterior nos lleva a afirmar que mientras no existan alternativas que compitan con el efectivo en términos de aceptación, costos, facilidad, inmediatez y demás atributos, su uso generalizado va a persistir.

La literatura reciente sobre el tema destaca cinco aspectos que enmarcan la ruta a seguir para reducir el uso de efectivo: i) identificación de barreras, ii) reformas regulatorias (si se requiere), iii) ampliar la aceptación de medios de pago electrónicos, iv) reducir los costos y v) ampliar los programas de educación financiera para promover cambio de hábitos.

No cabe duda que en el país se han realizado esfuerzos importantes para la inclusión financiera y la reducción del efectivo, entre los cuales se destaca el logro de cobertura 100% de los municipios del país, la expedición de nueva regulación⁷⁴ y voluntad política para apoyar la innovación. También se han desarrollado investigaciones y pilotos⁷⁵ que han permitido avanzar en la identificación de las barreras y en la focalización de acciones.

72. Estudio de demanda de Inclusión Financiera BdO – SFC (2015).

73. Países de ingreso medio como Nigeria y Kenia han realizado ajustes de política pública importantes para impulsar el uso de transferencias a través del teléfono móvil, en donde se aprovecha la tecnología de mensajes de texto que se respalda en una plataforma para hacer todo tipo de transacciones, (M-PESA).

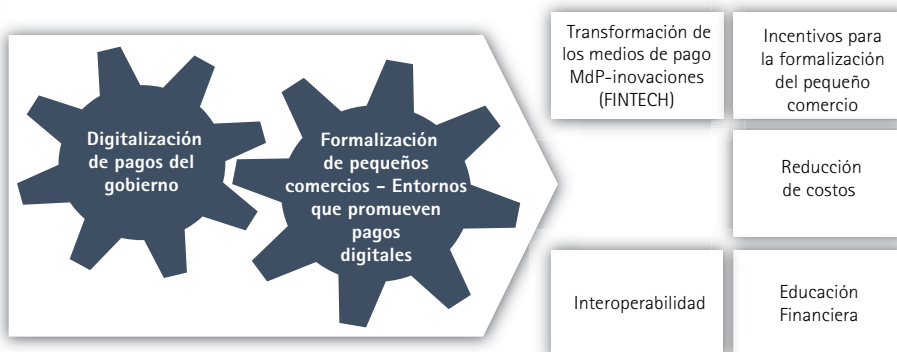
74. Algunos ejemplos de regulación tendiente a promover los pagos electrónicos incluyen la Ley 1735 de 2014 (autoriza las SEDPE), el esquema de monotributo y la asociada a la masificación de la factura electrónica.

75. Algunos ejemplos de los pilotos realizados incluyen el municipios sin efectivo en Concepción – Antioquia (2015), el apoyo al desarrollo de productos de banca móvil desde 2011, el Estudio de Demanda sobre los determinantes del uso del efectivo o Proyecto F (2016) y el Estudio de Transacciones Electrónicas de Pequeños Comercios, del BID, WEF y URF (2016).

No obstante, aún se deben superar retos relevantes como la interoperabilidad, que exige la alineación de intereses y el trabajo conjunto de todos los actores involucrados, como fue en el caso de Perú⁷⁶.

La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Colombia propone dos acciones orientadas a reducir el uso de efectivo, por un lado, la formalización de pequeños comercios en entornos que promuevan los pagos digitales y por el otro la digitalización de pagos del Gobierno (sobre todo a nivel local). A partir de estos, se espera que en los próximos 5 años se dinamicen otras formas de pago que realmente compitan con el efectivo.

GRÁFICA 78: Dinamización para la reducción del efectivo



Fuente: Superfinanciera de Colombia – Elaboración BdO

La puesta en acción de los componentes de esta estrategia, busca en el mediano plazo dinamizar otros medios de pagos con claros beneficios para el Gobierno, la economía, los comerciantes y la población.

76 En Perú, la Plataforma BIM reconoce que para competir con el efectivo este mecanismo digital debe cumplir con dos condiciones fundamentales: costo accesible y amplia aceptabilidad. Estas dos premisas deben ser el punto de partida para el desarrollo de tales acciones.



Productos de
depósito

Productos de depósito

Los productos de ahorro continúan siendo la principal puerta de entrada al sistema financiero, dado que representan un respaldo para obligaciones futuras, permiten a las personas acceder a bienes y servicios que mejoren su calidad de vida y faciliten el cumplimiento de metas.

Como se ha insistido en los reportes anteriores, el diseño y oferta de productos financieros no solo debe considerar las necesidades de las personas sino también el uso permanente de los mismos, de tal manera que los clientes vinculados al sistema financiero puedan percibir los beneficios que se obtienen por hacer parte de este.

En cuanto al uso de los productos de ahorro a nivel de género, las prioridades entre hombres y mujeres difieren de acuerdo con los productos ofrecidos por las entidades vigiladas. De acuerdo con las respuestas de los establecimientos de crédito al requerimiento de información sobre inclusión financiera⁷⁷, las mujeres tienen mayor participación en productos simplificados (cuentas de ahorro de trámite simplificado y depósitos de dinero electrónico) y los hombres tienen una mayor participación en las cuentas de ahorro tradicionales.

Con relación a la actividad, los depósitos electrónicos y las cuentas de ahorro electrónico muestran mayor actividad frente a otros productos de depósito. En el caso de las cuentas de ahorro tradicionales y cuentas de ahorro de trámite simplificado, las cuentas inactivas superan a las activas.

En este capítulo se recogen los principales resultados del uso de los productos de ahorro, teniendo en cuenta tanto los correspondientes a los establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) como las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de Economía Solidaria (SES). Asimismo, se muestra la información desagregada de los productos de depósitos electrónicos (DE), cuentas de ahorro tradicionales, cuentas de ahorro electrónicas (CAE) y las cuentas de ahorro de trámite simplificado (CATS), por género y actividad.

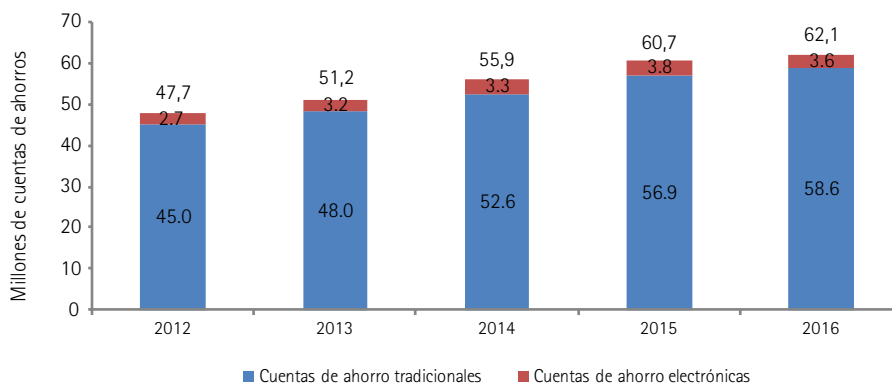
⁷⁷ Requerimiento de Inclusión Financiera 2016, Carta Circular 086 de 2016. Se solicitó información por género, así como por la actividad e inactividad de los productos financieros.



Cuentas de ahorro⁷⁸

A diciembre de 2016, el número de cuentas de ahorro ascendió a 62,1 millones, equivalente a un crecimiento anual de 2,3%, que se explicó fundamentalmente por el aumento en 2,9% en el número de cuentas de ahorro tradicionales. Lo anterior significa que en el último año hubo 1,4 millones de cuentas nuevas, de las cuales el 96% fueron cuentas de ahorro tradicionales. En los últimos cinco años se crearon en promedio 3,6 millones de cuentas nuevas.

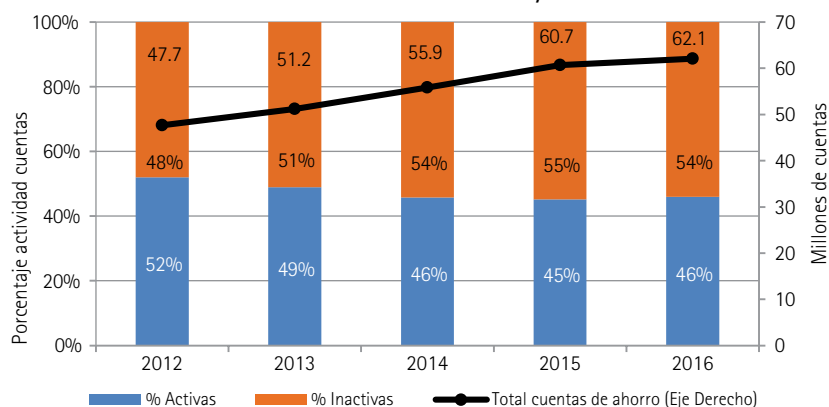
GRÁFICA 79: Evolución del número de cuentas de ahorro por tipo de producto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

El comportamiento relacionado con la actividad de las cuentas de ahorro mostró que, al cierre de 2016 el 46% de las cuentas se mantuvieron activas, es decir, tuvieron al menos un movimiento en los últimos seis meses. Ese porcentaje aumentó en 1pp frente a 2015, que si bien es un avance frente al año anterior, todavía demuestra que es necesario seguir haciendo una gestión de las cuentas inactivas y promover su uso, pues todavía superan más del 50% del total.

GRÁFICA 80: Número de cuentas de ahorro y actividad

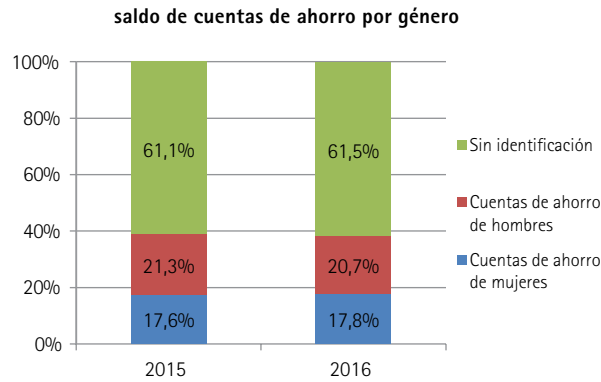
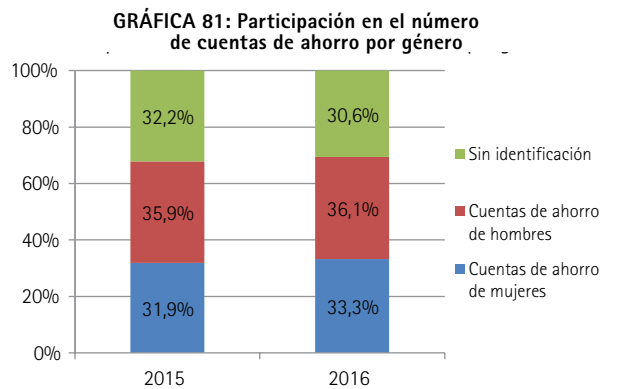


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

⁷⁸ Incluye cuentas de ahorro tradicionales y cuentas de ahorro electrónicas de los bancos, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, cooperativas financieras vigiladas por la SFC y cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la SES.

Al analizar el número de cuentas de ahorro por género, entre 2015 y 2016 el primer aspecto a resaltar es que en promedio un 31,4% en número y 61,3% en saldo de las cuentas reportadas por las entidades no está discriminada por género.

A partir de la información disponible en 2016, sobresale que para el número total de las cuentas de ahorro la participación de hombres es mayor (36,1%) frente a la participación de las mujeres (33,3%). Lo mismo ocurre en el saldo, dentro del cual las cuentas de hombres representan 20,7% frente a las mujeres con 17,8%.

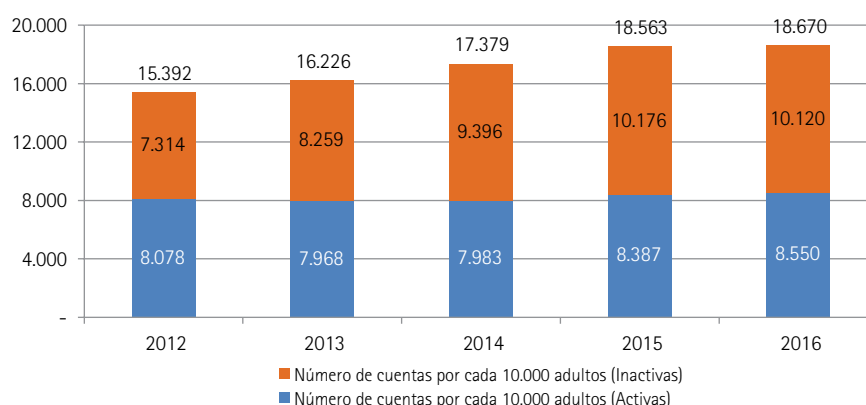


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Al cierre de 2016, el número de cuentas por cada 10.000 adultos presentó una tendencia ascendente, alcanzando una relación de 18.670, lo que indica que en promedio hay cerca de 1,9 cuentas de ahorro por cada adulto.

Las preferencias de los usuarios hacia el uso del efectivo y el ahorro informal siguen siendo algunas de las barreras para incentivar el uso de los productos formales, así como el desconocimiento sobre cuentas que ya no usan y la falta de gestión por parte de las entidades financieras de estos productos.



GRÁFICA 82: Cuentas de ahorro totales y activas por cada 10.000 adultos

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

Siguiendo la tendencia de años anteriores, las cuentas de ahorro de establecimientos bancarios, que acumulan la mayor parte del total de cuentas, aumentaron 2,2% respecto al año anterior. Sin embargo, fue en las compañías de financiamiento en donde se evidenció el mayor crecimiento al registrar una variación de 17,8%.

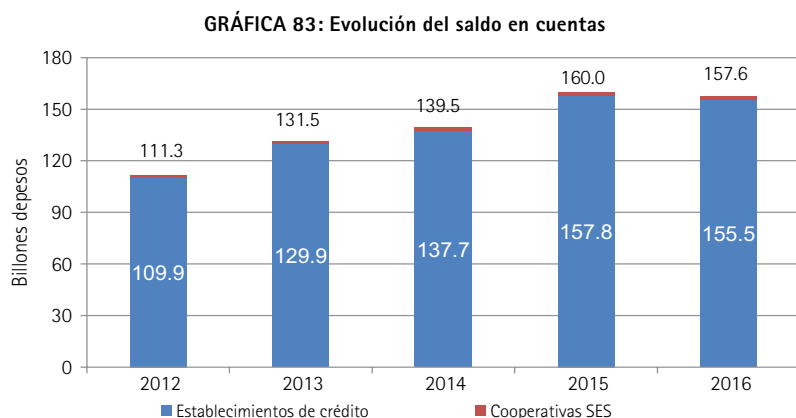
TABLA 9: Evolución número de cuentas de ahorro por tipo de entidad

Cuentas de ahorro	2012	2013	2014	2015	2016	Participación 2016
Bancos	44.796.786	48.051.382	52.338.535	57.218.150	58.470.351	94,15%
Corporaciones Financieras	174	347	405	415	433	0,00%
Compañías de Financiamiento	379.353	515.654	700.054	316.288	372.467	0,60%
Cooperativas Financieras-SFC	713.482	703.698	711.074	759.343	808.744	1,30%
Cooperativas-SES	1.803.032	1.951.527	2.110.773	2.427.180	2.454.443	3,95%
Total cuentas de ahorro	47.692.827	51.222.608	55.860.841	60.721.376	62.106.438	

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria. Incluye CAES

Con relación al saldo de las cuentas de ahorro, al finalizar 2016 ascendió a \$157,6 billones, mostrando una disminución de 1,4% frente a 2015. Los establecimientos de crédito⁷⁹ vigilados por la SFC concentraron 98,6% del saldo total, liderados por los bancos y seguidos por las cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la SES.

⁷⁹ Incluye: bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras vigiladas por la SFC.



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

Durante 2016 se evidenció que el saldo de las cuentas de ahorro en los bancos tuvo una disminución de \$2,1 billones, equivalente a un decrecimiento real anual de -6,71%. Sin embargo, fue en las corporaciones financieras en donde se evidenció el mayor decrecimiento real anual (-30,68%), seguido por las compañías de financiamiento (-12,26%), cooperativas SES (-5,95%) y cooperativas SFC (-5,24%).

TABLA 10: Evolución del saldo de cuentas de ahorro por entidad (millones de pesos)

Entidad	2012	2013	2014	2015	2016	Participación 2016
Bancos	108.948.058	128.940.674	136.757.666	156.257.544	154.158.010	97,80%
Corporaciones Financieras	373.597	394.197	214.356	795.236	582.972	0,37%
Compañías de Financiamiento	125.320	160.802	268.998	250.347	232.274	0,15%
Cooperativas Financieras-SFC	432.835	447.105	416.101	478.003	478.994	0,30%
Cooperativas-SES	1.438.474	1.596.772	1.834.147	2.188.484	2.176.676	1,38%
Total saldo cuentas de ahorro	111.318.284	131.539.550	139.491.267	159.969.614	157.628.927	

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria. Incluye CAES

Por tipo de entidad, entre 2015 y 2016 el saldo promedio de las cuentas de las compañías de financiamiento fue inferior en \$167.905 al registrado el año anterior, con una variación real anual de -25,5%, mientras en las cooperativas SFC y cooperativas SES fue inferior en \$37.226 y \$14.826, respectivamente, con una variación real anual de -7% y -11%. Por su parte, el saldo promedio en cuentas de ahorro fue inferior en \$94.393, presentando una variación real anual de -8,7%.



TABLA 11: Saldo promedio en cuentas de ahorro por tipo de entidad

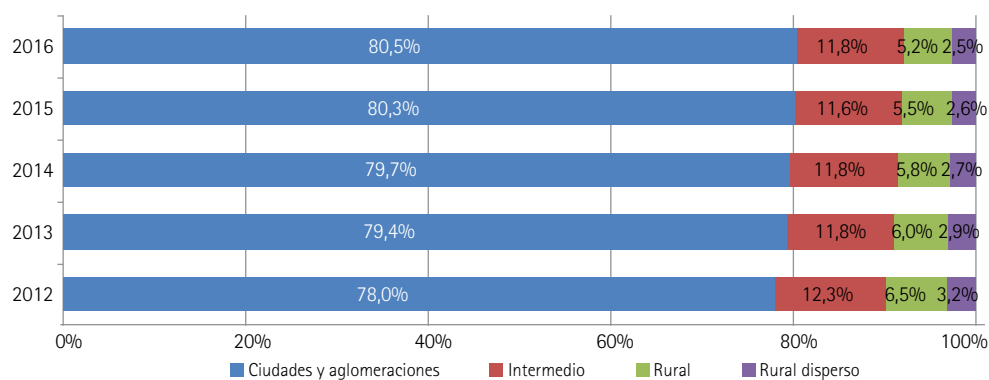
Saldo cuentas de ahorro	2012	2013	2014	2015	2016
Compañías de Financiamiento	\$330.351	\$311.841	\$384.253	\$791.515	\$623.610
Cooperativas-SES	\$797.808	\$818.217	\$868.946	\$901.657	\$886.831
Cooperativas Financieras-SFC	\$606.652	\$635.365	\$585.173	\$629.495	\$592.269
Bancos	\$2.432.051	\$2.683.392	\$2.612.944	\$2.730.909	\$2.636.516
Corporaciones Financieras	\$2.147.107.718	\$1.136.014.983	\$529.273.630	\$1.916.231.361	\$1.346.355.621

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de Economía Solidaria. Incluye CAES

Análisis por nivel de ruralidad

Al analizar la distribución de las cuentas por tipo de municipio, en 2016 se evidenció que el 92% se concentró en ciudades y municipios intermedios, participación que se ha incrementado en los últimos cinco años. En cuanto al segmento rural y rural disperso, el número de cuentas disminuyó en 2,3% y 0,4% respectivamente, durante el último año.

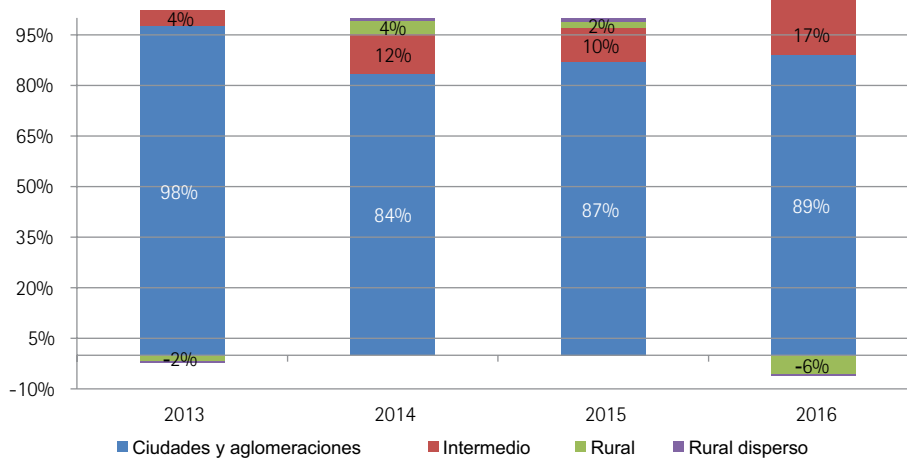
GRÁFICA 84: Participación de las cuentas de ahorro según tipo de municipio



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

Al analizar la evolución de la contribución al crecimiento de las cuentas de ahorro por nivel de ruralidad, se encontró que las ciudades aportaron el mayor crecimiento total en las cuentas de ahorro, explicando el 89% del crecimiento total. Por su parte, los municipios intermedios aportaron 17% del crecimiento en cuentas de ahorro durante 2016, mientras que los municipios rurales y rurales dispersos presentaron una menor contribución al crecimiento total en 5,6% y 0,4%, respectivamente.

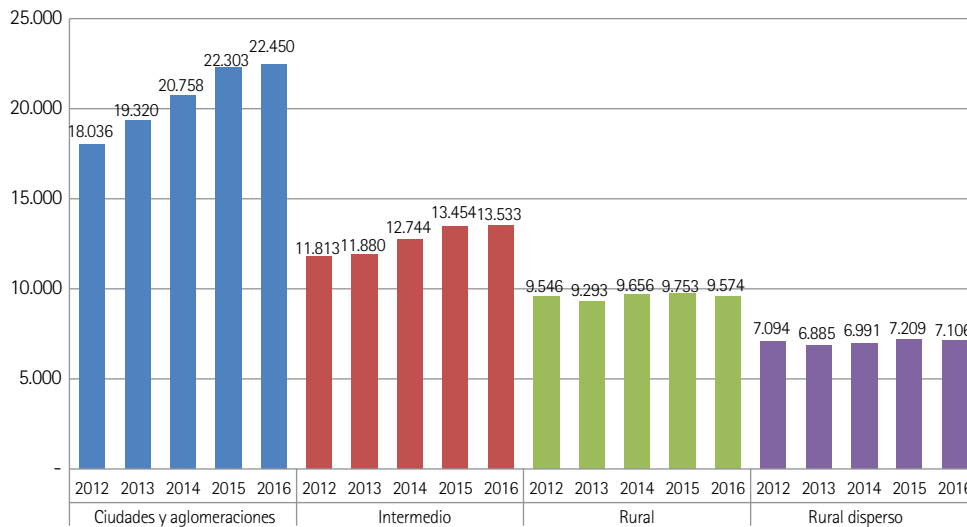
GRÁFICA 85: Evolución de la contribución al crecimiento de las cuentas según tipo de municipio



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Banca de las Oportunidades y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

En cuanto al número de cuentas por cada 10.000 adultos y por nivel de ruralidad, durante 2016 se registraron 22.450 cuentas de ahorro en las ciudades y aglomeraciones, 13.533 en municipios intermedios, 9.574 en municipios rurales y 7.106 en municipios rurales dispersos. En el caso de las ciudades y aglomeraciones presentaron crecimientos de 0,7% y 0,6% respectivamente, durante el último año.

GRÁFICA 86: Cuentas de ahorro por cada 10.000 adultos y por ruralidad

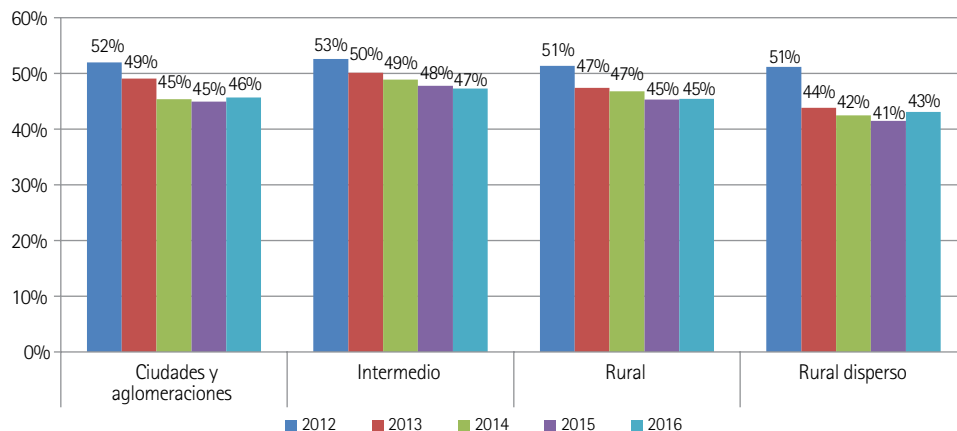


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Banca de las Oportunidades y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

Con relación a la actividad de las cuentas por nivel de ruralidad, se registra que las ciudades y aglomeraciones y municipios rurales dispersos mostraron un crecimiento de 1pp y 2pp, respectivamente, frente a lo alcanzado en 2015.



GRÁFICA 87: Porcentaje de cuentas de ahorro activas por tipo de municipio



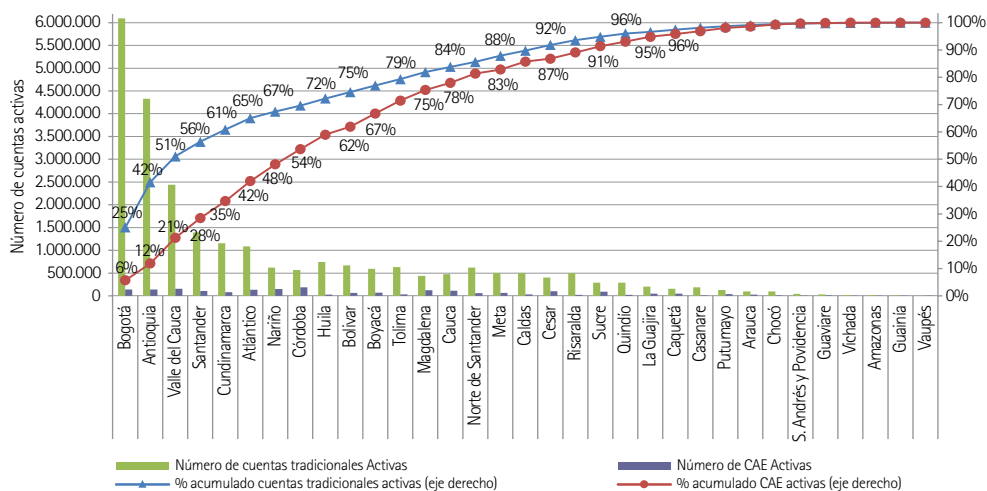
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Banca de las Oportunidades y Superintendencia de la Economía Solidaria. Incluye CAE.

Análisis por departamento

La distribución geográfica de las cuentas de ahorro de ahorro tradicionales reflejó que el 75% de las cuentas activas se concentró en diez departamentos, entre ellos Bogotá D.C, Antioquia y Valle del Cauca, que de manera agregada concentraron el 51% del total nacional. En estos departamentos el número de cuentas activas ascendió a 13,5 millones, 630 mil más que en el 2015, lo que representa un crecimiento de 5%.

Al analizar las CAE a nivel departamental, el 42% de las cuentas activas se concentraron en Valle del Cauca, Atlántico, Santander, Cundinamarca, Antioquia y Nariño, con 842 mil cuentas, equivalente a un crecimiento de 11% respecto al año anterior.

GRÁFICA 88: Cuentas activas por departamento (diciembre 2016)



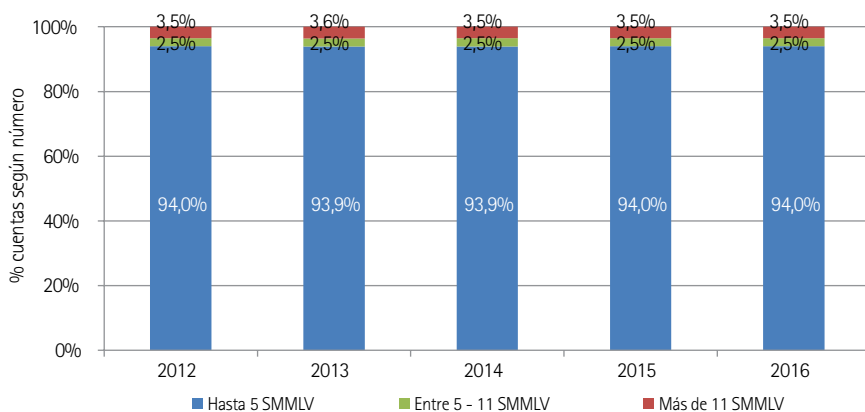
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Banca de las Oportunidades y Superintendencia de Economía Solidaria. Incluye CAES

Desagregación por tipo de cuenta de ahorro

Cuentas de ahorro tradicionales⁸⁰

Al analizar la distribución de las cuentas de ahorro tradicionales por rangos de saldo en SMMLV de los establecimientos de crédito se evidencia que, de 56,1 millones de cuentas el 94% se concentró en rangos de hasta 5 SMMLV con 52,7 millones de cuentas. Este comportamiento ha permanecido constante durante los últimos cinco años.

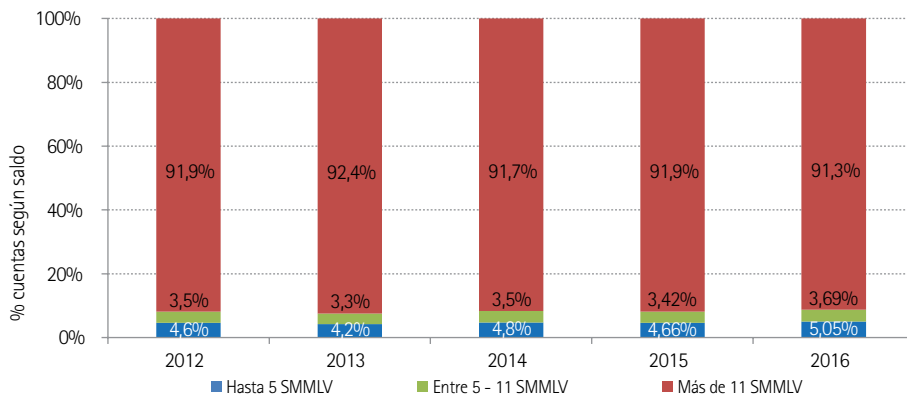
GRÁFICA 89: Distribución del número de cuentas de ahorro tradicionales por rango de saldo



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Al analizar las cuentas de hasta 5 SMMLV, éstas concentraron 5,1% del total de los recursos captados a través de este producto. Por el contrario, las cuentas de saldo superior a 11 SMMLV acumularon 91,3% de los recursos depositados totales, siguiendo la tendencia de años anteriores.

GRÁFICA 90: Distribución del saldo de cuentas de ahorro por rango de saldo



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

80 No incluye cuentas de ahorro electrónicas.



El saldo promedio de las cuentas de ahorro por rango muestra que en las cuentas con rango de hasta 5 SMMLV, el promedio ascendió a \$148.932 superior en \$5.607 al presentado un año atrás. Cabe resaltar que en el rango de más de 11 SMMLV se evidenció una reducción superior a \$4.000.000 en promedio durante el último año.

TABLA 12: Evolución del saldo promedio en cuentas de ahorro

Tipo de entidad	2012	2013	2014	2015	2016
Hasta 5 SMMLV	124.728	127.463	138.158	143.325	148.932
Entre 5 y 11 SMMLV	3.544.988	3.682.039	3.815.315	4.028.877	4.063.046
Más de 11 SMMLV	66.899.264	72.897.311	70.692.230	75.788.312	71.766.839

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cuentas de ahorro y crédito de la SES ni CAE.

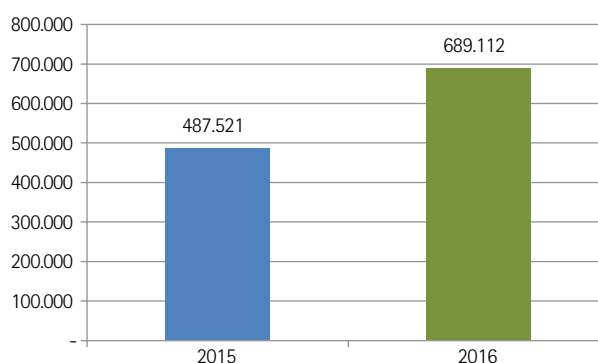
Cuentas de Ahorro de Trámite Simplificado (CATS):

La simplificación de trámites de apertura de cuentas, ha contribuido en forma importante a la inclusión financiera en el país, flexibilizando los procedimientos para la vinculación de los clientes sin perder de vista la gestión de riesgos a los cuales se encuentran expuestas las entidades vigiladas.

Entre diciembre de 2015 y 2016, el número de CATS pasó de 487.521 en 2015 a 689.112 en 2016, con un incremento de 41%, es decir, que durante 2016 se abrieron 201.591 CATS.

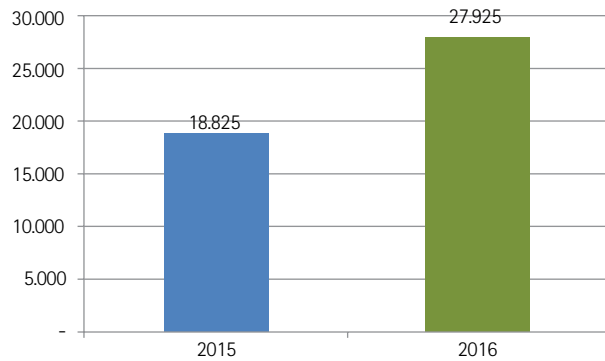
Con relación al saldo de las CATS, éste aumentó en \$9.100 millones entre 2015 y 2016, pasando de \$18.825 a \$27.925 millones, mostrando un incremento de 48%.

GRÁFICA 91: Cuentas de ahorro de trámite simplificado
Número de cuentas de ahorro de trámite simplificado



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

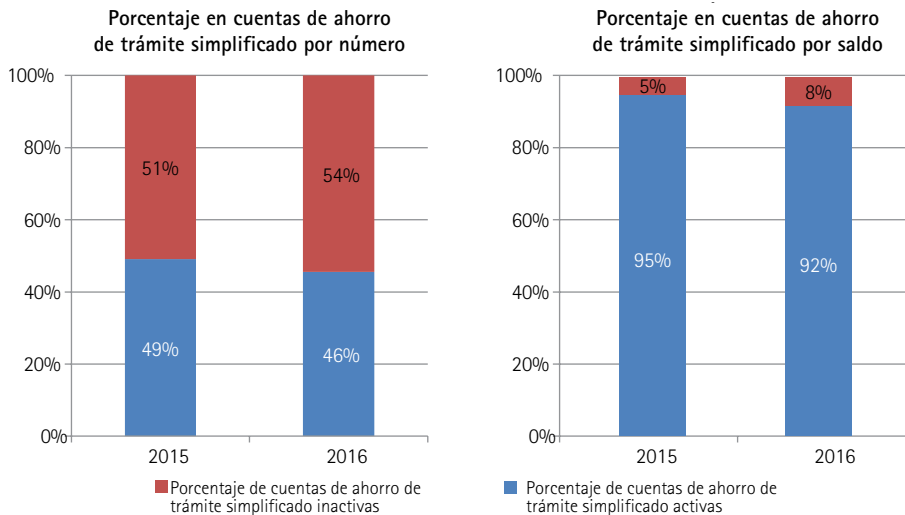
Saldo de cuentas de ahorro de trámite simplificado (millones)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

En cuanto a la actividad de las CATS, durante 2016 se reportó que alrededor de 54% de las cuentas se encontraban inactivas, frente a 46% de las cuentas activas. Al comparar con 2015 el porcentaje de cuentas activas disminuyó en 4pp. Lo contrario ocurre en el saldo de estas cuentas, donde la participación del saldo de cuentas activas sobre el total es de 92%, inferior en 3pp con respecto al registrado un año anterior.

GRÁFICA 92: Actividad de cuentas de ahorro de trámite simplificado



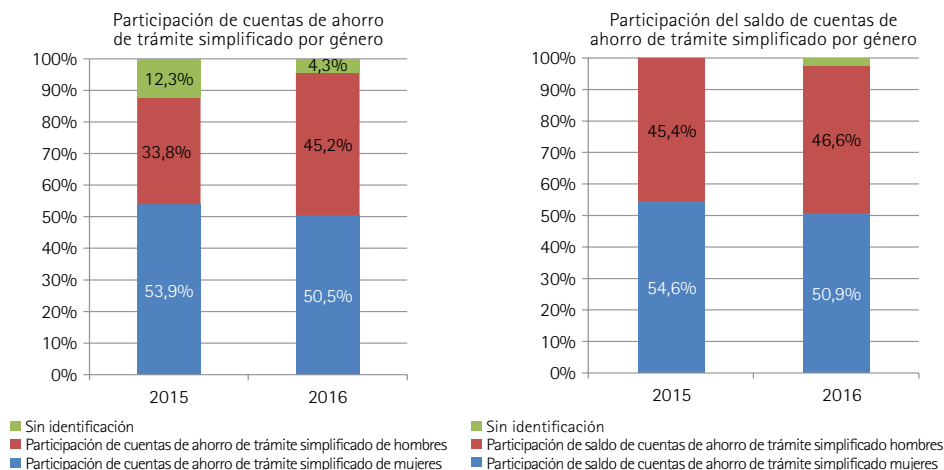
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

De acuerdo con la participación de las CATS por género, al revisar el número, las cuentas mostraron en 2016 mayor participación de mujeres con 50,5% frente a 45,2% de hombres. Sin embargo, esta participación disminuyó entre 2015 y 2016 en 3,4pp en mujeres y aumentó en 11,4pp en hombres.

Si bien sobre el saldo la participación es mayor en mujeres 50,9% en 2016, este se redujo en participación en 3,7pp frente a 2015. Por el contrario, la participación de los hombres aumentó en 1,2pp, pasando de 45,4% en 2015 a 46,6% en 2016.



GRÁFICA 93: Participación en el número de cuentas de ahorro de trámite simplificado por género



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

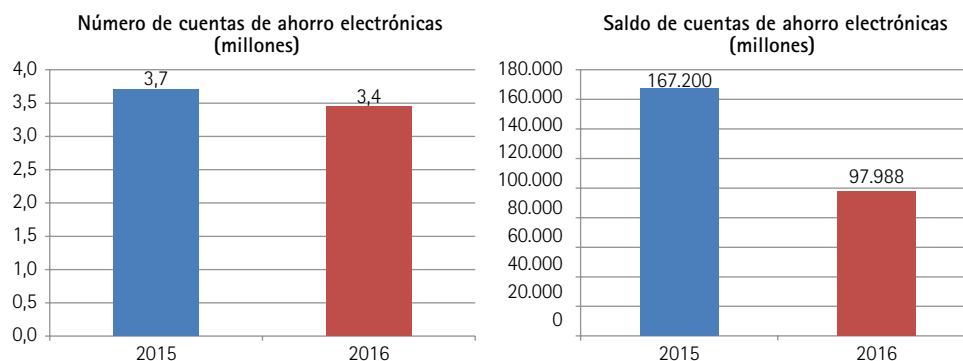
Cuentas de Ahorro Electrónicas (CAE):

Las cuentas de ahorro electrónicas presentan variaciones importantes frente a otros productos de ahorro al ser utilizadas por programas del Gobierno Nacional para la dispersión de subsidios, como es el caso de Más Familias en Acción.

Entre diciembre 2015 y 2016, el número de CAE pasó de 3,7 millones en 2015 a 3,4 millones en 2016, con una disminución de 7%. Es decir que durante 2016 se cerraron 266.322 cuentas.

Con relación al saldo de las CAE, disminuyeron en \$69.212 millones entre 2015 y 2016, pasando de \$167.200 a \$97.988 millones, mostrando una disminución de 41%.

GRÁFICA 94: Cuentas de ahorro electrónicas

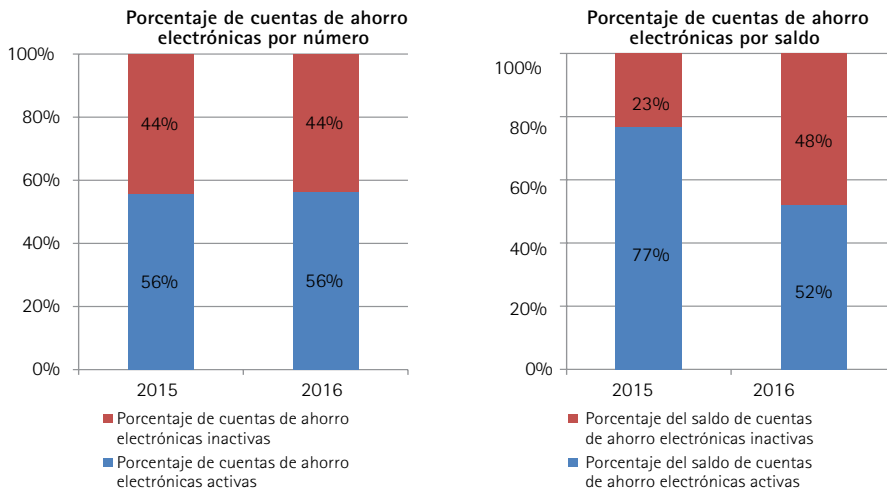


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Durante 2015 y 2016, las CAE no mostraron cambios de participación en el número de cuentas, el porcentaje de cuentas activas se mantuvo en 56% y las inactivas en 44%.

Por el contrario, el porcentaje de actividad en el saldo de las cuentas presentó una variación significativa en el último año, pasando de 77% en 2015 a 52% en 2016, con una disminución de 25pp.

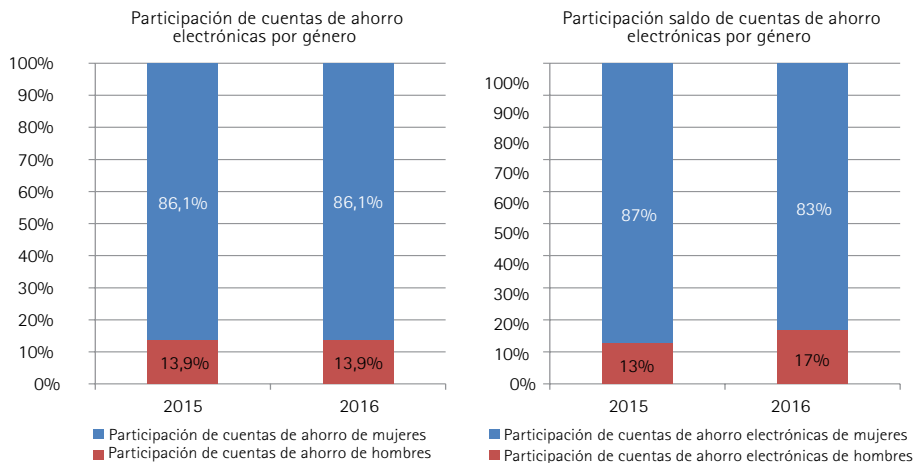
GRÁFICA 95: Actividad de cuentas de ahorro electrónicas



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

En el caso de la participación en el número y saldo de las cuentas de ahorro electrónicas por género, la mayor proporción correspondió a las mujeres con 86% y 83%, respectivamente. Esto se explica principalmente porque muchos de los usuarios activos de estos productos son receptores de transferencias del Gobierno.

GRÁFICA 96: Participación en el número de cuentas de ahorro electrónicas por género



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia



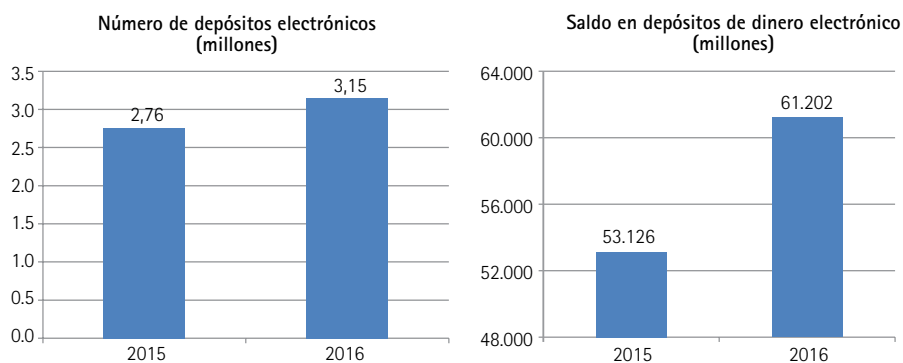
Depósitos electrónicos (DE)

Los depósitos electrónicos son depósitos a la vista diferentes a las cuentas de ahorro y las cuentas corrientes, cuentan con un trámite simplificado de apertura que establece límites de transacciones y saldo (3 SMMLV para transacciones mensuales y 3 SMMLV para el saldo total). Adicionalmente, el proceso de vinculación es más sencillo puesto que únicamente se requiere la información contenida en la Cédula de Ciudadanía) de cada persona, facilitando su apertura a través de medios electrónicos y de forma remota. Para aquellos depósitos electrónicos que no cumplan con los límites que aplican bajo el trámite simplificado de apertura, deberán surtir el procedimiento normal de conocimiento del cliente.

Entre diciembre 2015 y 2016, el número de depósitos electrónicos pasó de 2,76 millones en 2015 a 3,15 millones en 2016, con un incremento de 14,1%. Es decir que durante 2016 se abrieron 393.443 depósitos electrónicos.

Con relación al saldo de los depósitos electrónicos, finalizando 2016 aumentaron en \$8.076 millones, pasando de \$53.126 a \$61.202 millones, mostrando un incremento de 15%.

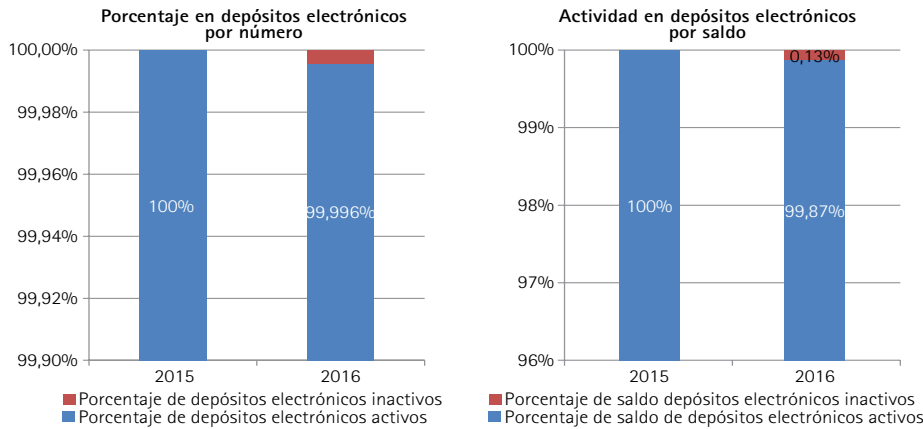
GRÁFICA 97: Depósitos electrónicos



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Durante el 2015 y 2016, los DE mostraron cambios en el número y saldo, disminuyendo en 133 depósitos y \$78 millones con relación al año anterior. La participación en el saldo disminuyó 13pb.

GRÁFICA 98: Actividad de depósitos electrónicos

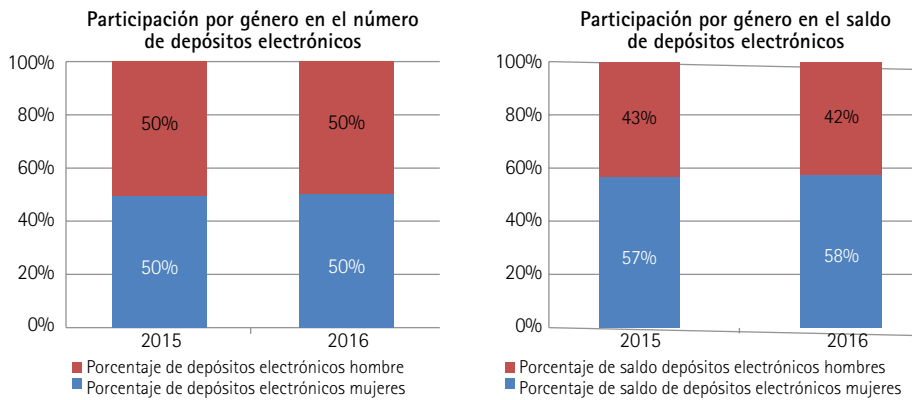


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

De acuerdo con la distribución por género en la tenencia de DE, la mayor participación sobre el total de DE la tienen las mujeres con 50,3%. Al comparar con 2015 las mujeres ganaron 0,8 pp en el 2016.

Si bien en el saldo la participación promedio entre el 2015 y 2016 ha sido mayor en las mujeres con 57%, comparado con 43% en hombres, este comportamiento se ha mantenido en los últimos años.

GRÁFICA 99: Participación depósitos electrónicos por género

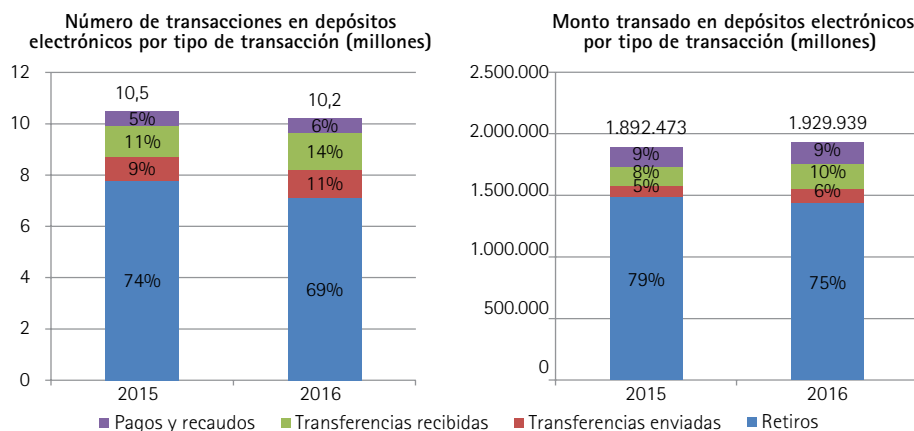


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Al analizar las transacciones financieras realizadas con DE por tipo de operación se encuentra que los retiros representan en número 69% y en monto 75%. En comparación con 2015, esta participación ha venido disminuyendo, pues en el 2015 representaban el 74% y 79%, respectivamente. Por su parte, las transferencias recibidas han aumentado su participación en 3pp tanto en número como en monto, llegando a 14% y 10%, respectivamente.



GRÁFICA 100: Transacciones con depósitos electrónicos por tipo de transacción



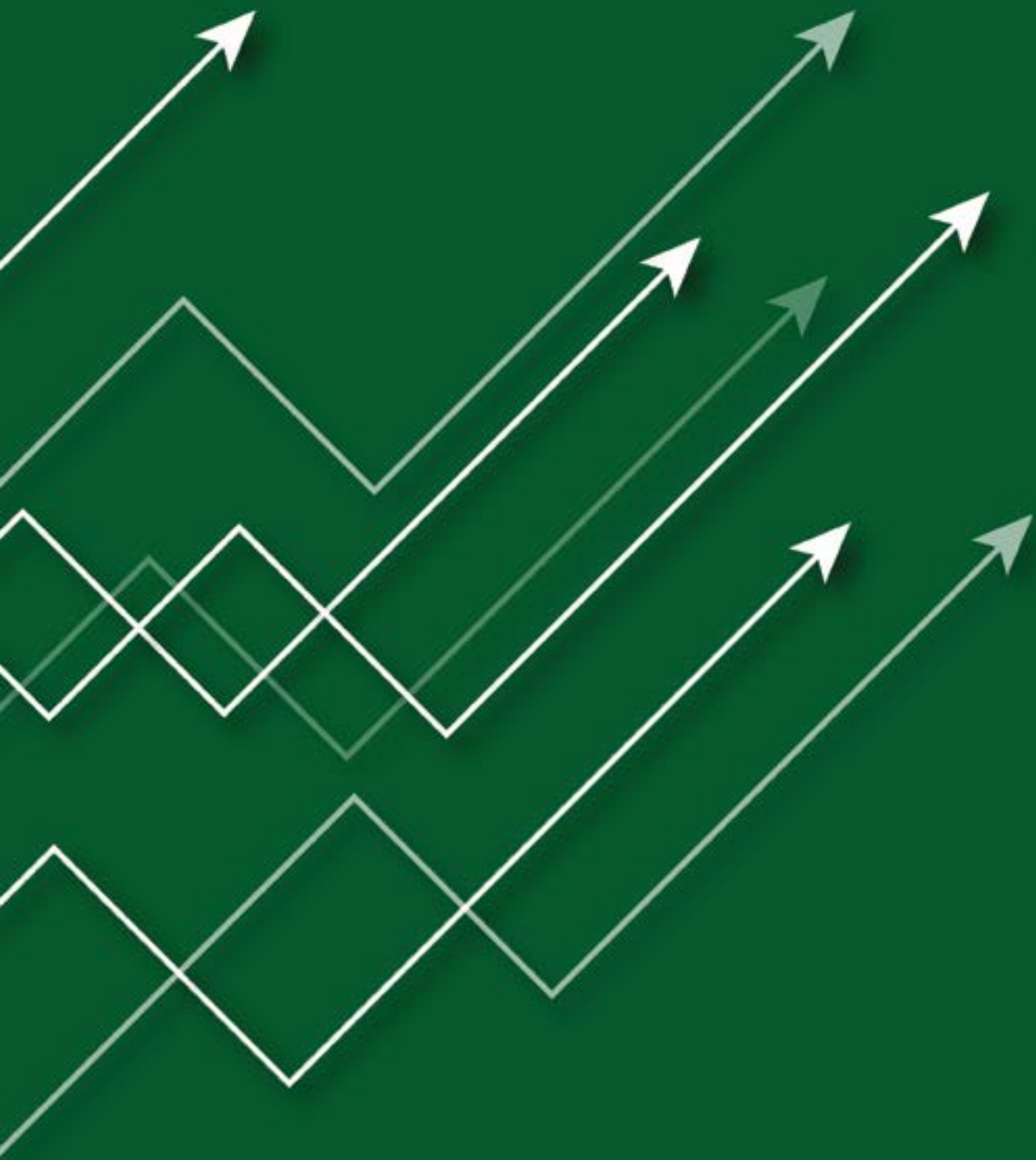
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Conclusiones

- En cuanto al uso de los productos de ahorro, las prioridades entre hombres y mujeres difieren de acuerdo a los productos ofrecidos por las entidades vigiladas. Las mujeres tienen mayor participación en productos simplificados, como lo son las CAE, CATS y DE tanto en número como en saldo. En el caso de los hombres, la mayor participación se registra en las cuentas de ahorro tradicionales con 36,1% en número y 20,7% en monto, sin tener en cuenta el porcentaje de cuentas sin identificar.
- Al analizar la actividad e inactividad de los productos, se encontró que los DE y las CAE muestran mayor actividad que inactividad tanto en número 99,9% y 56%, respectivamente, como en monto 99,9% y 52%, respectivamente. Caso contrario las cuentas de ahorro tradicionales y cuentas de ahorro de trámite simplificado, donde las cuentas inactivas superan a las activas en 55% y 54%, respectivamente.
- Así como en años anteriores, la gran mayoría de las cuentas de ahorro existentes corresponden a aquellas con los saldos promedio más bajos. De acuerdo a la distribución del número de cuentas, el 94% tenían saldos inferiores a 5 SMMLV y concentraron el 5,1% del total de recursos captados a través de este producto. En el caso contrario las cuentas de más de 11 SMMLV el número de cuentas es de 3,52% y concentran 91,3% del total de los recursos.

El uso de cuentas de ahorro presentó diferencias importantes en función del índice de ruralidad. En ciudades y aglomeraciones y zonas rurales dispersas se presentó un incremento de 1pp y 2pp, respectivamente, frente al 2015.





CRÉDITO

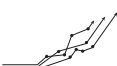
Crédito

Poder asegurar oportunidades económicas es fundamental para que empresas, hogares e individuos desarrollen actividades económicas y productivas y se genere un crecimiento económico incluyente. No obstante, la inclusión al sistema financiero vía productos de crédito con prácticas inadecuadas de colocación, puede generar inestabilidad financiera y sobreendeudamiento de las personas. Por lo tanto, la inclusión a través de los productos de crédito o la expansión requiere de una gran responsabilidad por parte de los oferentes, de los consumidores, de la regulación y la supervisión.

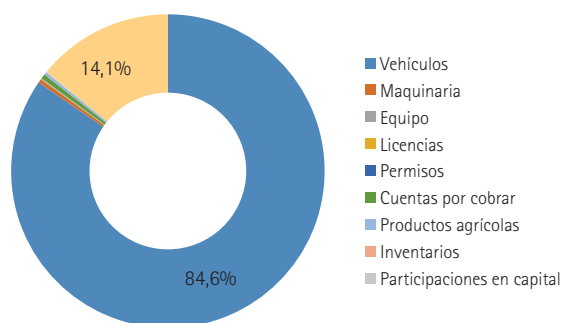
Con el fin de promover el acceso al crédito en Colombia, en los últimos tres años se han implementado diferentes medidas que facilitan el acceso ya sea a través de productos de crédito de bajo monto o empoderando a los consumidores con una mayor admisibilidad del colateral, siempre dentro de requerimientos de administración del riesgo de crédito adecuados. En primer lugar, la Ley 1676 de 2013, reglamentada a través del Decreto 1835 de 2015, modernizó el sistema de garantías mobiliarias, ampliando la cantidad y diversidad de bienes que pueden ser constituidos como garantía (que puedan ser valorados de forma pecuniaria) y creando un registro centralizado y público de la información de las garantías y mecanismos más eficientes de ejecución.

Los resultados de esta regulación han sido positivos. Antes de la expedición de la Ley, existía un total de 812.622 registros de garantías mobiliarias. Incluyendo los registros vigentes antes de 2014, el número total de registros al 31 de marzo de 2017 fue de 1.499.148, de los cuales 84,6% (1.267.743) corresponden a garantías sobre vehículos⁸¹. El porcentaje restante se distribuye en garantías sobre maquinaria, equipo, licencias, permisos, participaciones en capital, cuentas por cobrar, productos agrícolas, inventarios y otros.

81 Confecámaras (2017), Registro de Garantías Mobiliarias, Informe estadístico a marzo 31 de 2017.



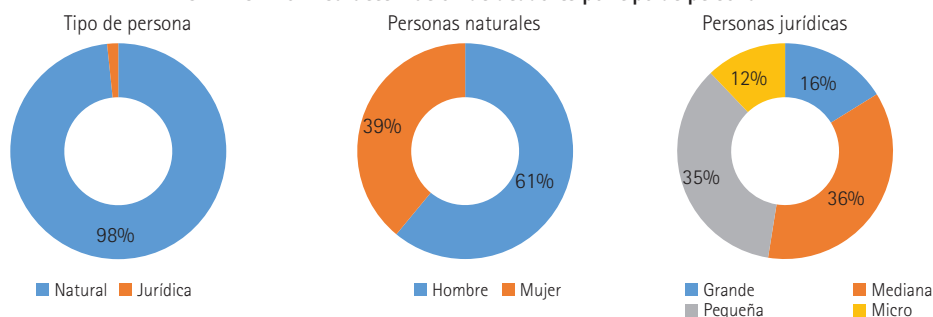
GRÁFICA 101: Bienes dados en garantía



Fuente: Confecámaras

Del total de registros de deudores, 98% correspondieron a personas naturales de los cuales 61% son hombres. De la porción de deudores que corresponden a personas jurídicas, la mayoría son Pequeñas y Medianas empresas (PyMes), que en conjunto suman 71% del total de empresas deudoras. Del porcentaje restante, 16% de deudores fueron grandes empresas y 12% microempresarios.

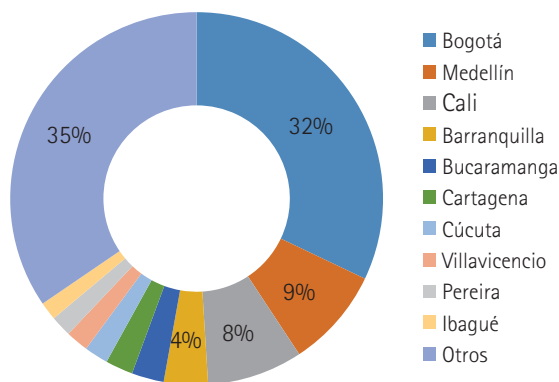
GRÁFICA 102: Caracterización de deudores por tipo de persona



Fuente: Confecámaras

En cuanto a la distribución por ciudades de los deudores con registros de garantías mobiliarias, una porción importante ubicados en Bogotá, con 32% del total, seguidos por Medellín con 9%, Cali con 8% y Barranquilla con 4%.

GRÁFICA 103: Deudores por ciudades

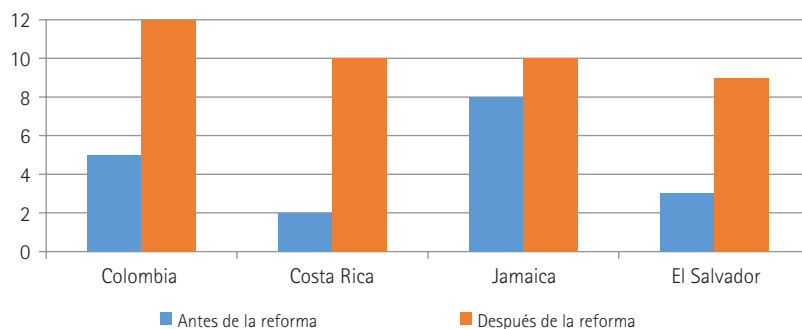


Fuente: Confecámaras

La expedición de la Ley 1676 de 2013, reconocida internacionalmente como una práctica de frontera regulatoria para acceso a crédito de personas y especialmente de PyMes, permitió que el país avanzara en mediciones internacionales de ambiente para hacer negocios, específicamente en el estudio del Doing Business del Banco Mundial. Este estudio recoge diez indicadores que miden diferentes aspectos que facilitan el surgimiento y desarrollo empresarial, dentro de los cuales se encuentra el acceso al crédito y más específicamente, el de derechos legales para acceder⁸².

A nivel general, en la última versión de este estudio Colombia alcanzó el puesto número 53 entre 190 economías y el segundo en América Latina después de México, que ocupa el puesto 47. Específicamente respecto al componente de acceso al crédito, Colombia ocupa el segundo lugar después de Nueva Zelanda ya que la normatividad alrededor del actual sistema de garantías mobiliarias le permitió pasar de cinco a doce puntos en el sub-indicador de derechos legales, siendo éste el máximo puntaje a obtener.

GRÁFICA 104: Avance en puntaje en reformas de derechos legales durante 2015 y 2016 para acceso a crédito de países de la región



Fuente: Banco Mundial

Adicionalmente, en 2014 se expidió el Decreto 2654 que impartió instrucciones relacionadas con el crédito de consumo de bajo monto que, por sus características provee una mayor facilidad de acceso. En tal sentido, este tipo de crédito está disponible para personas naturales, con un monto máximo de hasta 2 SMMLV y un plazo máximo de pago de 36 meses. Asimismo, la regulación establece que los créditos no pueden ser de carácter rotativo ni ser ofrecidos vía tarjetas de crédito, aunque las entidades que lo ofrezcan pueden utilizar tarjetas plásticas sin costo adicional para el consumidor financiero.

Como complemento a las iniciativas mencionadas para promover el acceso al crédito a través de establecimientos de crédito regulados y vigilados, en los últimos años la oferta de productos crediticios se ha complementado con nuevos actores que representan una oportunidad para continuar avanzando en la inclusión financiera al desarrollar modelos de negocio (como el micromecenazgo

82 Banco Mundial (2017), Doing Business: Equal Opportunity for All



o crowdfunding) que les permite ofrecer condiciones de acceso beneficiosas para las personas en términos de identificación, trámites, tasas y costos.

No obstante, estos nuevos modelos de negocio pueden ejercerse bajo estándares de otorgamiento y protección al consumidor asimétricos frente a las prácticas que se implementan por parte de actores tradicionales del mercado financiero. Esto representa actualmente un reto para los reguladores y supervisores teniendo en cuenta los beneficios que una mayor cantidad y variedad de oferentes y productos diferentes a los tradicionales traen para el consumidor, pero también el impacto que nuevas formas de colocación tienen sobre el sistema financiero en general.

Este capítulo del Reporte de Inclusión Financiera presenta brevemente la evolución que tuvo durante 2016 la cartera de créditos y desembolsos de establecimiento de crédito vigilados por la SFC, cooperativas de ahorro y crédito vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria y ONGs microcrediticias.

Evolución de cartera de créditos y desembolsos

Cartera

Durante 2016, la cartera de créditos registró un crecimiento inferior frente a periodos anteriores, con una variación real anual de 1,85% y nominal de 7,7% para ubicarse en 412,2 billones al finalizar el año. Este comportamiento se dio principalmente por el ajuste de la cartera a la dinámica de la economía, que se reflejó principalmente en la cartera comercial y registró una disminución de 1,51% real y un aumento de 4,2% nominal frente a 2015.

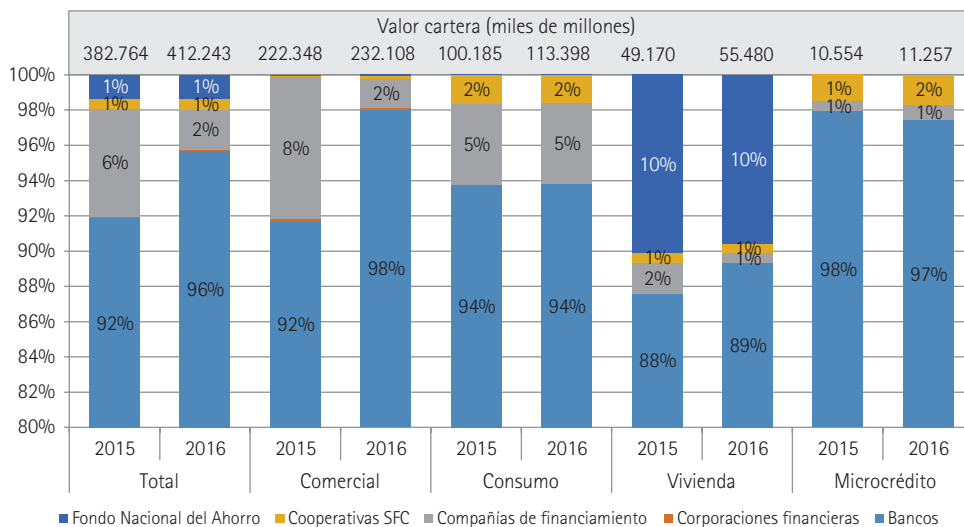
En cuanto a la composición de la cartera de créditos por intermediario, así como en 2015, en 2016 la mayoría (96%) de la cartera total estuvo concentrada en establecimientos bancarios. Este valor aumentó entre los dos últimos años debido a la conversión de dos compañías de financiamiento a bancos⁸³ y la liquidación voluntaria de otra entidad de este mismo tipo⁸⁴ en 2015, así como a la fusión de dos de estas mismas entidades con establecimientos bancarios en 2016⁸⁵, situación que se reflejó especialmente en la cartera comercial, en la que la participación de establecimientos bancarios pasó de 92% en 2015 a 98% en 2016.

83 Macrofinanciera S.A a Multibank S.A y Finamérica a Bancompartir S.A

84 Mi Plata S.A

85 Leasing Bolívar S.A con el Banco Davivienda S.A y Leasing Bancolombia S.A con Bancolombia

GRÁFICA 105: Cartera total, por modalidad e intermediario

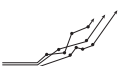


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cooperativas SES ni ONG microcrediticias.

Si bien, una mayor profundización financiera no es garantía de una mayor inclusión financiera, ésta da muestra de la capacidad que tiene el sistema financiero de ofrecer productos y servicios financieros para las actividades productivas y económicas de empresas y personas.

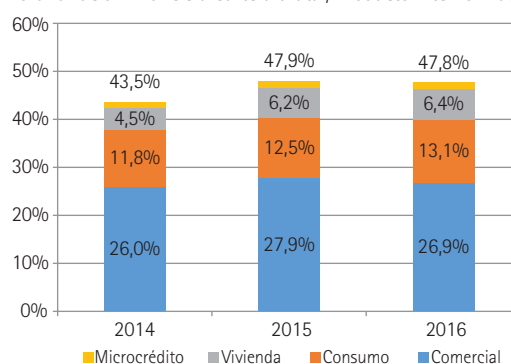
En los últimos diez años, la profundización financiera en Colombia, medida como la cartera bruta como proporción del Producto Interno Bruto ha venido en aumento, pasando de alrededor de 25% en 2006 a 47,8% en 2016. Este aumento en el nivel de profundización financiera en Colombia es destacable frente a países de la región que en conjunto con Bolivia, Chile y Venezuela mostraron resultados positivos entre 2006 y 2015, pasando de 31% a 62,5%, 55% a 75% y de 32% a 64%, respectivamente.

No obstante, entre 2015 y 2016 la profundización financiera registró resultados similares en ambos años, pasando de 47,9% en 2015 a 47,8% en 2016. Esto responde a la desaceleración de la economía colombiana durante el último año que redundó en crecimientos inferiores de la cartera de créditos.



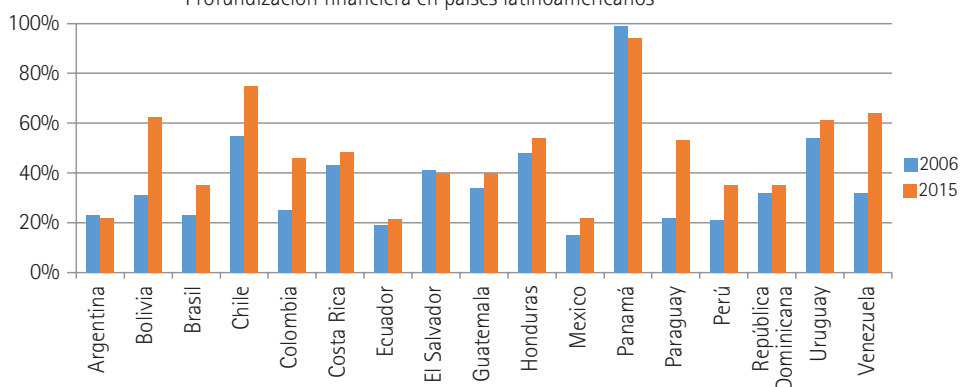
GRÁFICA 106: Profundización

Profundización financiera Cartera bruta / Producto Interno Bruto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cooperativas SES ni ONG microcrediticias.

Profundización financiera en países latinoamericanos



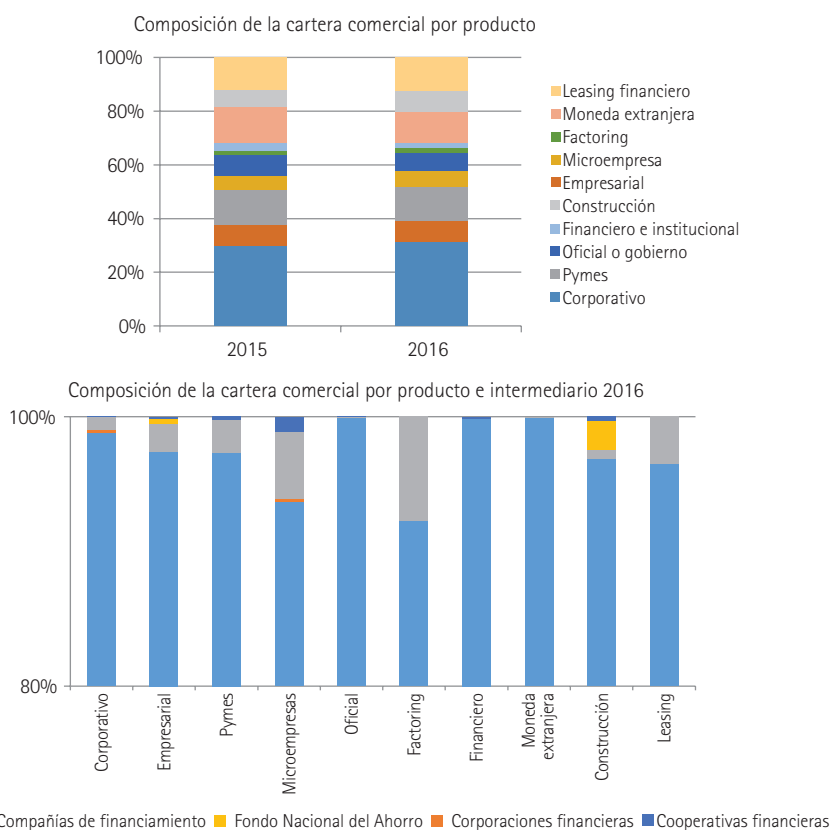
Fuente: Felaban

Cartera comercial

Al analizar la composición de la cartera comercial por producto, la mayor participación en 2016 la obtuvo la cartera del sector corporativo con 31% del total. Entre 2015 y 2016 los créditos de construcción, factoring, leasing financiero, corporativos, de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) y microempresas mostraron resultados positivos al aumentar en saldo 23%, 15%, 11%, 9%, 5% y 5%, respectivamente. De lo anterior vale la pena destacar el caso de cartera de microempresarios y PyMes, que es necesario continuar impulsando para que éstas cuenten con herramientas de financiación adecuadas en cada etapa de desarrollo.

A nivel de intermediario, los establecimientos bancarios acumularon la mayoría de la participación salvo por los saldos de cartera de microempresas y de factoring, en las que las compañías de financiamiento registraron participaciones significativas.

GRÁFICA 107: Cartera comercial



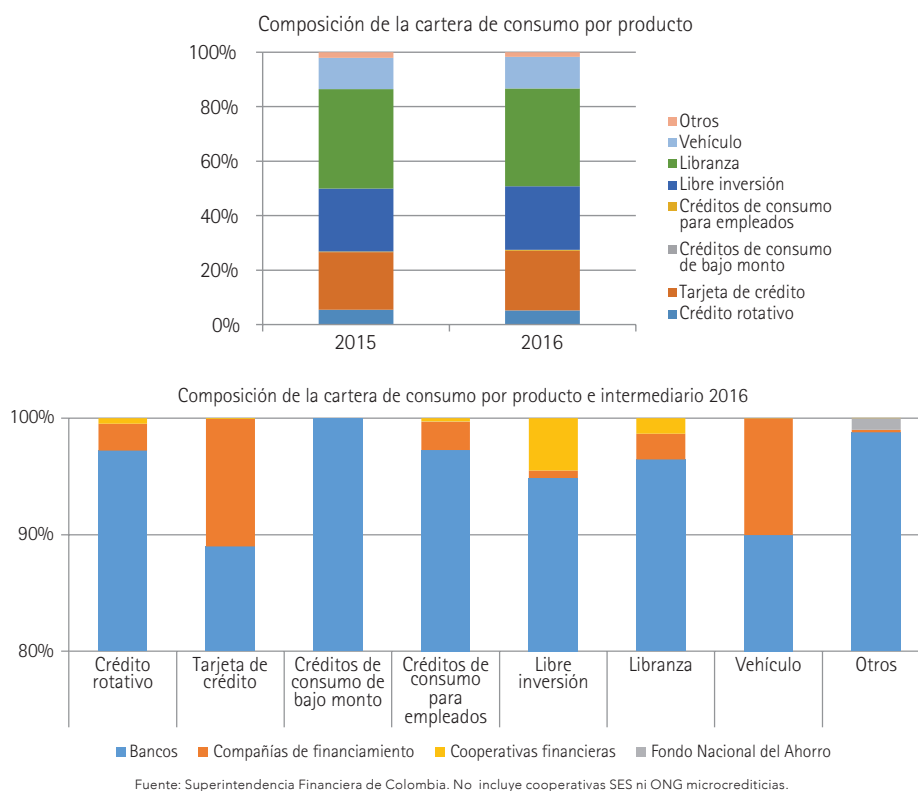
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cooperativas SES ni ONG microcrediticias.

Cartera de consumo

En cuanto a la cartera de consumo, los créditos de libranza representaron en 2016 el 36% del total del saldo y un crecimiento anual de 12%. Al igual que en 2015, las tarjetas de crédito continuaron participando con 22% del total de la cartera de consumo y tuvo un crecimiento de 16% nominal anual. En una menor escala de participación, el saldo de créditos a empleados y consumo de bajo monto aumentaron 70% y 17% durante el último año, respectivamente.

A nivel de entidad, los establecimientos bancarios sostuvieron una participación mayoritaria en todos los productos. Sin embargo, las compañías de financiamiento aportaron 10% de la cartera de tarjetas de crédito y crédito de vehículos y las cooperativas financieras una participación cercana al 5% en la cartera de crédito de libre inversión.



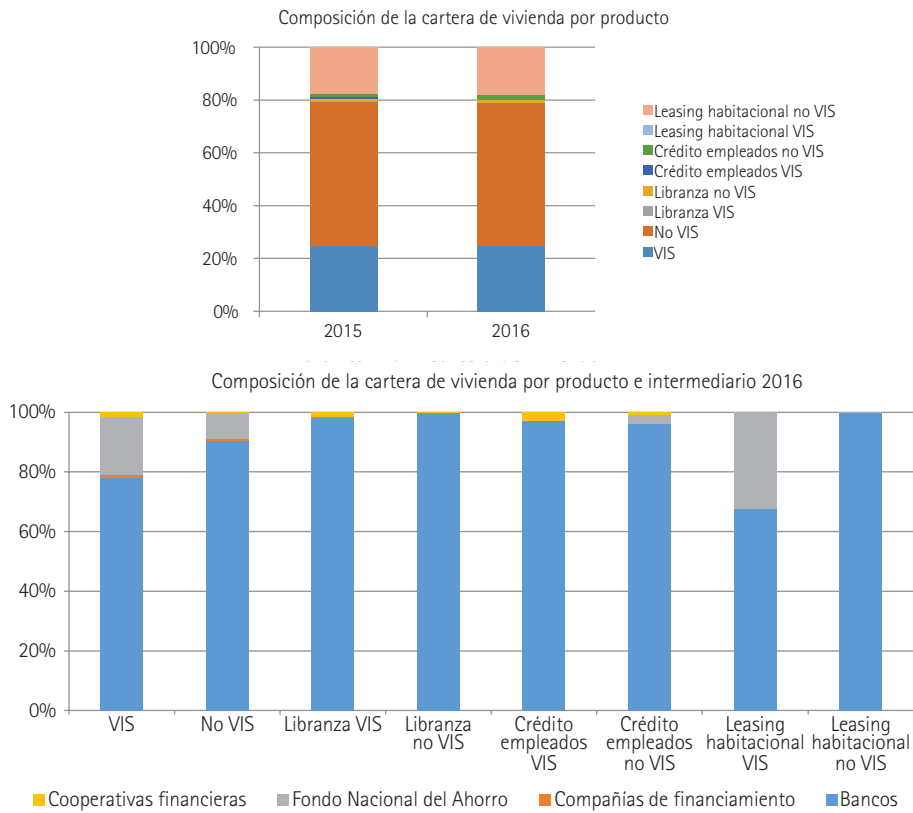
GRÁFICA 108: Cartera de consumo

Cartera de vivienda

La composición de la cartera de vivienda por producto e intermediario durante 2016 presentó comportamientos similares frente al año anterior, con una mayor participación de la cartera de vivienda no VIS con 54% del total y un incremento de 13% frente a 2015. La cartera VIS, con una participación de 25% del total, mostró incrementos nominales cercanos a 14% durante el último año y la de leasing habitacional, con 18% de participación, aumentó 17%. A una menor escala, el crédito VIS a empleados disminuyó en 50% durante el último año.

En cuanto a la participación por intermediario, en 2016 en la mayoría de productos los establecimientos de crédito concentraron gran parte de la cartera salvo por la cartera de VIS, no VIS y de leasing habitacional, en las que el Fondo Nacional del Ahorro participó con 19%, 9% y 33%, respectivamente.

GRÁFICA 109: Cartera de vivienda



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cooperativas SES ni ONG microcrediticias.

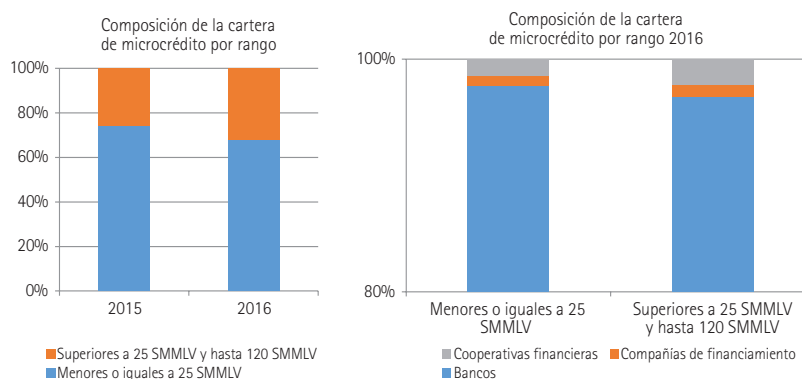
Cartera de microcrédito

El análisis de la cartera de microcrédito por rangos mostró un aumento en 2016 tanto en la participación como en el saldo total de microcréditos superiores a 25 SMMLV e inferiores a 120 SMMLV, acumulando 32% del total y aumentando nominalmente 32% durante el último año. Por su parte, la cartera de microcrédito de saldos iguales o inferiores a 25 SMMLV disminuyó 2% en el último año, representando 68% del total de esta modalidad de cartera en 2016.

A nivel de intermediario, las compañías de financiamiento tuvieron en 2016 una mayor participación en la cartera de microcréditos superiores a 25 SMMLV. Sin embargo, los bancos continuaron acumulando la mayoría de la cartera para ambos rangos de microcrédito.



GRÁFICA 110: Cartera de microcrédito



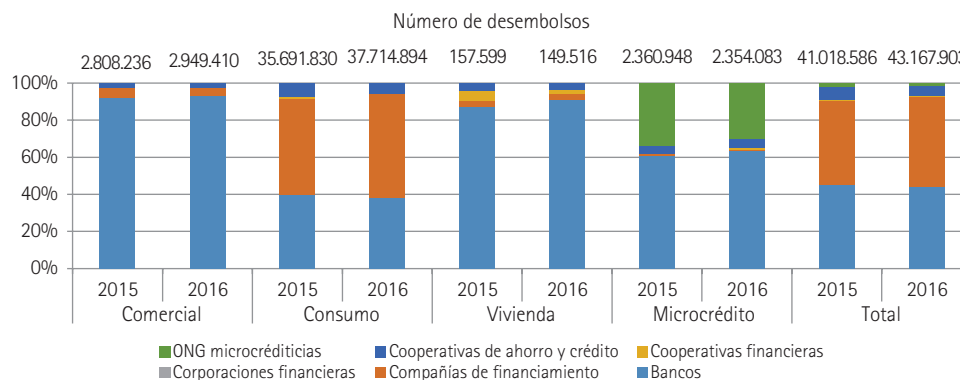
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. No incluye cooperativas SES ni ONG microcrediticias

Desembolsos de crédito

El análisis del número de desembolsos por modalidad e intermediario muestra una reducción en los desembolsos de créditos de vivienda y de microcrédito entre 2015 y 2016, de 5% y 0,3%, respectivamente. En cuanto a la composición de los desembolsos en sus diferentes modalidades, los de vivienda y comerciales fueron aportados en su mayoría por establecimientos bancarios, mientras que los de consumo registraron una participación importante (cerca al 60%) de compañías de financiamiento y los de microcrédito de ONGs microcrediticias (30%).

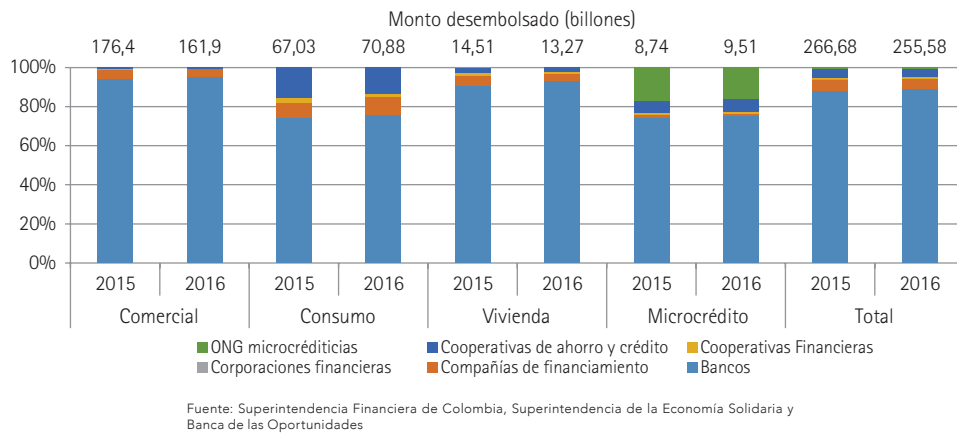
A nivel de monto desembolsado, los resultados del análisis difieren pues la mayoría del monto desembolsado, para todas las modalidades de crédito, se concentró en establecimientos bancarios. No obstante, en el monto desembolsado de créditos de consumo las cooperativas de ahorro y crédito participaron con un valor cercano al 13% y en la de microcrédito las ONGs microcrediticias con 16%.

GRÁFICA 111: Desembolsos por modalidad e intermediario



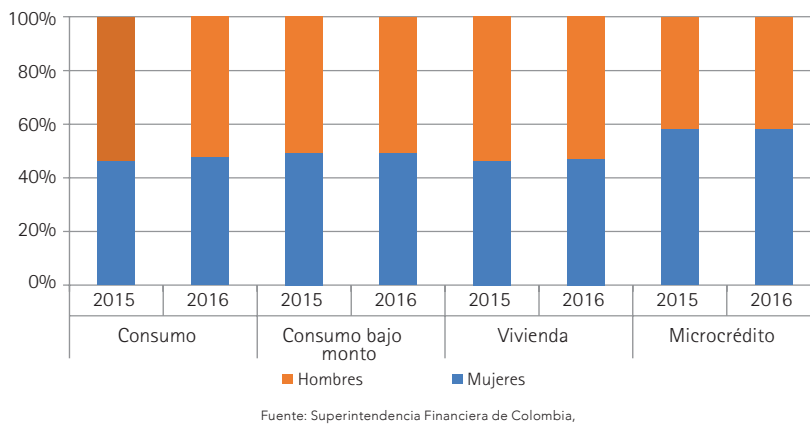
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y Banca de las Oportunidades

GRÁFICA 111B: Desembolsos por modalidad e intermediario



Al analizar la proporción del número de desembolsos por modalidad y por género, se evidencia que únicamente en los desembolsos de microcrédito existió una diferencia importante en el género de las personas que acceden al producto, pues del total, tanto en 2015 como en 2016 alrededor de 59% de los desembolsos se dirigieron a mujeres.

GRÁFICA 112: Número de desembolsos de crédito por modalidad y género



Desembolsos a nivel regional

Comercial

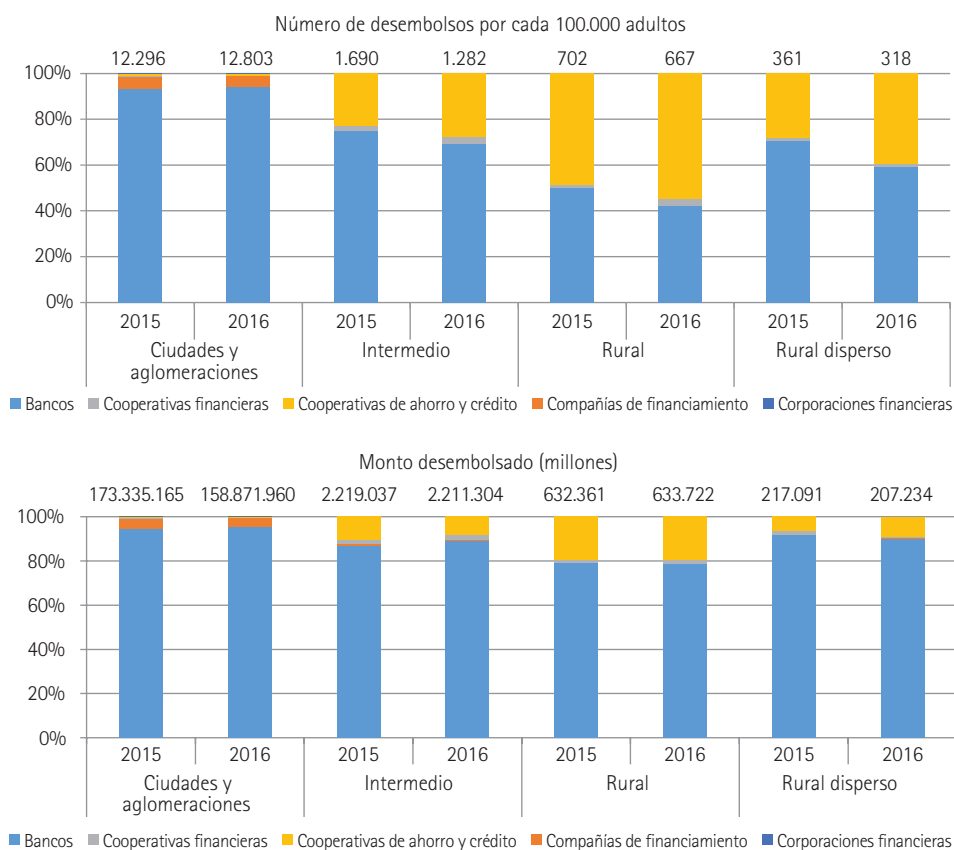
A nivel de ruralidad, entre 2015 y 2016 la desaceleración de la cartera comercial impactó en una mayor medida los desembolsos en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, mostrando reducciones en el número de desembolsos por cada 100.000 adultos de 24%, 5% y 12%, respectivamente. En estos tipos de municipios, los desembolsos otorgados por las cooperativas de ahorro y crédito aportaron una porción importante del total, específicamente en el caso de los municipios rurales, en los que este tipo de entidad participó con más del 50% de los desembolsos totales.



Esto indica que si bien existió una desaceleración de esta modalidad de cartera, las cooperativas de ahorro y crédito mantuvieron los desembolsos en municipios rurales mientras que los bancos disminuyeron el número de desembolsos en todos los tipos de municipios salvo en ciudades y aglomeraciones.

En cuanto de monto desembolsado de créditos comerciales, los bancos continuaron aportando la mayoría del monto, aunque en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, las cooperativas de ahorro y crédito participaron con valores entre 7% y 20% del monto total desembolsado para esta modalidad.

GRÁFICA 113: Desembolsos de crédito comercial por intermediario y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y Banca de las Oportunidades

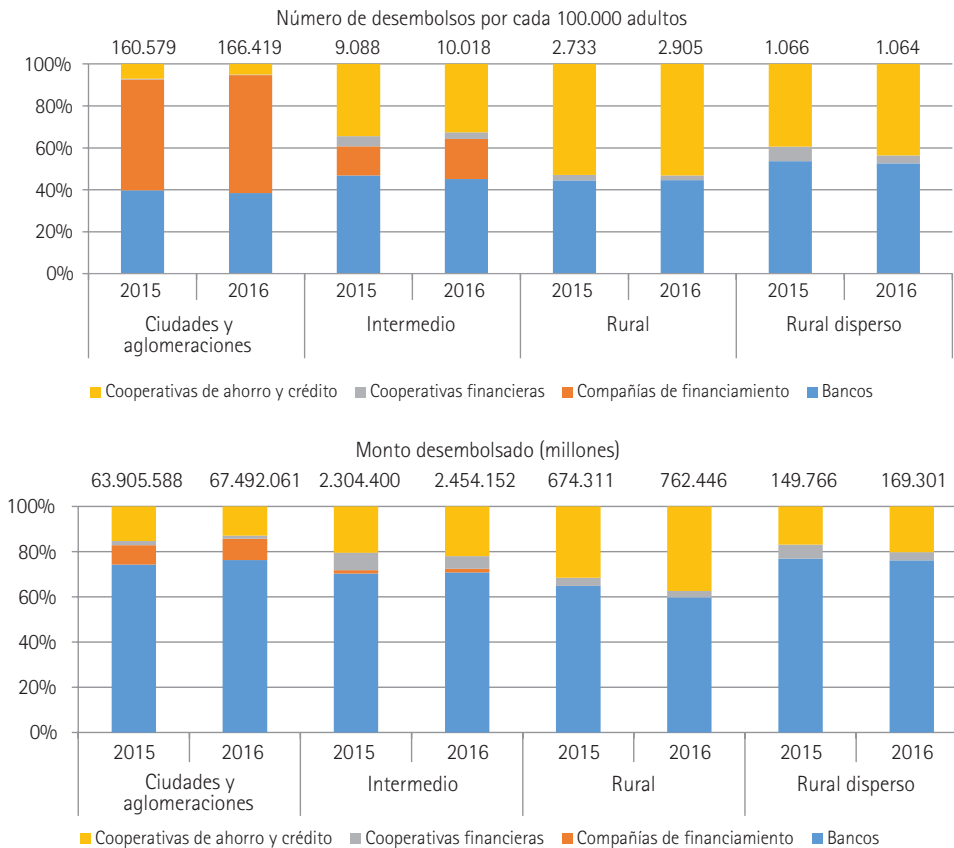
Consumo

Sobre los desembolsos de crédito de consumo, entre 2015 y 2016 hubo un aumento generalizado en las operaciones en todos los rangos poblacionales, destacándose sobre el total los desembolsos en municipios intermedios, que registraron un aumento en número por cada 100.000 adultos de 10% entre 2015 y 2016. Así como

en el caso de los desembolsos de créditos comerciales, en el caso de los desembolsos de consumo las cooperativas de ahorro y crédito mostraron en 2016 una presencia importante en el total de desembolsos en municipios intermedios, rurales y rurales dispersos, aportando valores cercanos al 35% en el caso de municipios intermedios, 55% en los municipios rurales y 45% en los rurales dispersos. En las ciudades y aglomeraciones, las compañías de financiamiento participaron con casi el 55% del total de desembolsos y los bancos con 40% durante los dos años analizados.

En el caso de los montos desembolsados de créditos de consumo, éstos aumentaron para todos los rangos poblacionales, destacándose entre ellos los montos desembolsados en municipios rurales y rurales dispersos, en los que el monto desembolsado aumentó 13% en cada uno de ellos.

GRÁFICA 114: Desembolsos de crédito de consumo por intermediario y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y Banca de las Oportunidades

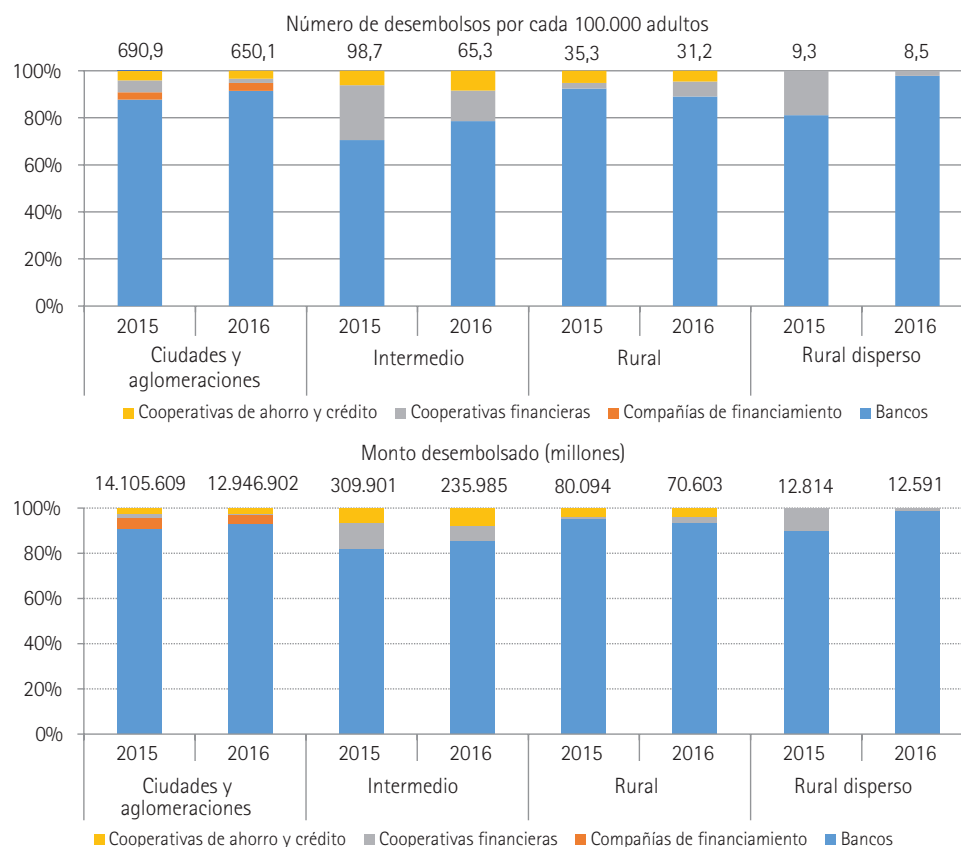


Vivienda

Entre 2015 y 2016, los desembolsos de créditos de vivienda fueron la modalidad que más se desaceleró, con reducciones en todos los tipos de municipio. En cuanto al número de desembolsos por cada 100.000 adultos, esta reducción impactó en mayor medida los municipios intermedios y rurales, que registraron disminuciones de 34% y 12%, respectivamente, en los últimos dos años. Si bien los establecimientos bancarios acumularon más del 80% de los desembolsos en la mayoría de los niveles de ruralidad, durante 2015 las cooperativas financieras registraban participaciones cercanas al 20% en municipios intermedios y rurales dispersos. Sin embargo, durante el último año esta participación se redujo en ambos tipos de municipios.

Este mismo comportamiento se evidenció en el monto de los desembolsos, especialmente en el caso de las cooperativas financieras, que redujeron su participación en las ciudades y aglomeraciones, municipios intermedios y rurales dispersos, al disminuir el monto desembolsado en estos municipios en 55%, 55% y 90%, respectivamente, frente a 2015. No obstante, en los municipios rurales el monto desembolsado de este tipo de entidades aumentó en 126%.

GRÁFICA 115: Desembolsos de crédito de vivienda por intermediario y nivel de ruralidad

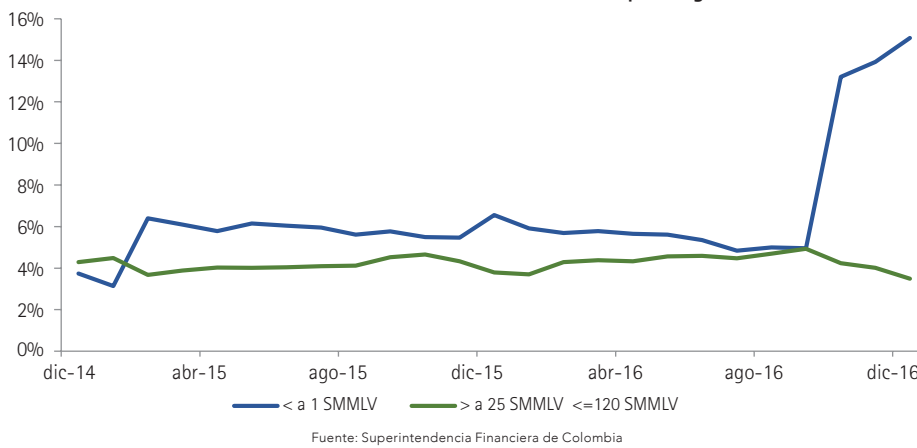


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y Banca de las Oportunidades

Microcrédito

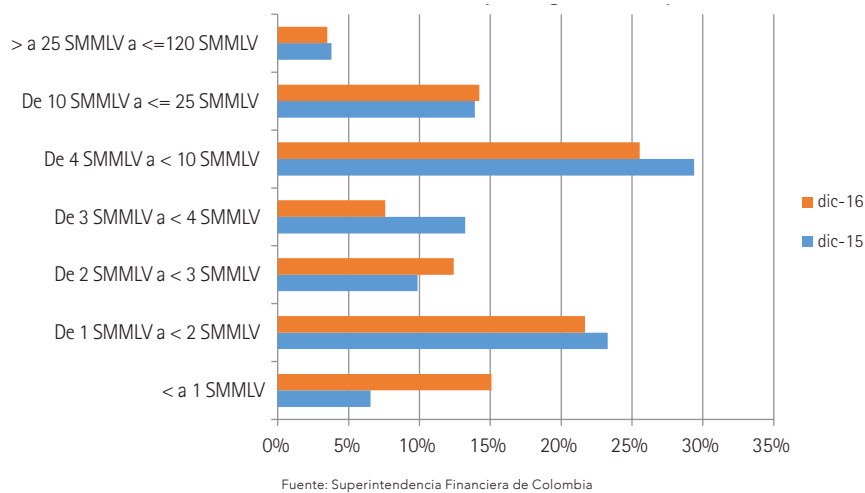
Al analizar los desembolsos de microcrédito por rango del valor desembolsado se evidencia que durante los últimos meses de 2016 hubo una expansión de los desembolsos de microcrédito por montos inferiores a 1 SMMLV, pasando de una participación sobre el total cercana al 5% en agosto a 15% en diciembre de 2016 y una disminución en la participación de los desembolsos entre 25 y 120 SMMLV. Este comportamiento puede dar muestra de un mayor acceso a recursos del sistema financiero por parte de empresas nuevas o pequeñas.

GRÁFICA 116: Desembolsos de microcrédito por rango



Un comportamiento similar se evidencia teniendo en cuenta una mayor cantidad de desembolsos por rango; mientras que en diciembre de 2015 el 40% de ellos eran inferiores a 3 SMMLV, al finalizar 2016 el 49% del total estaban dentro de este mismo rango.

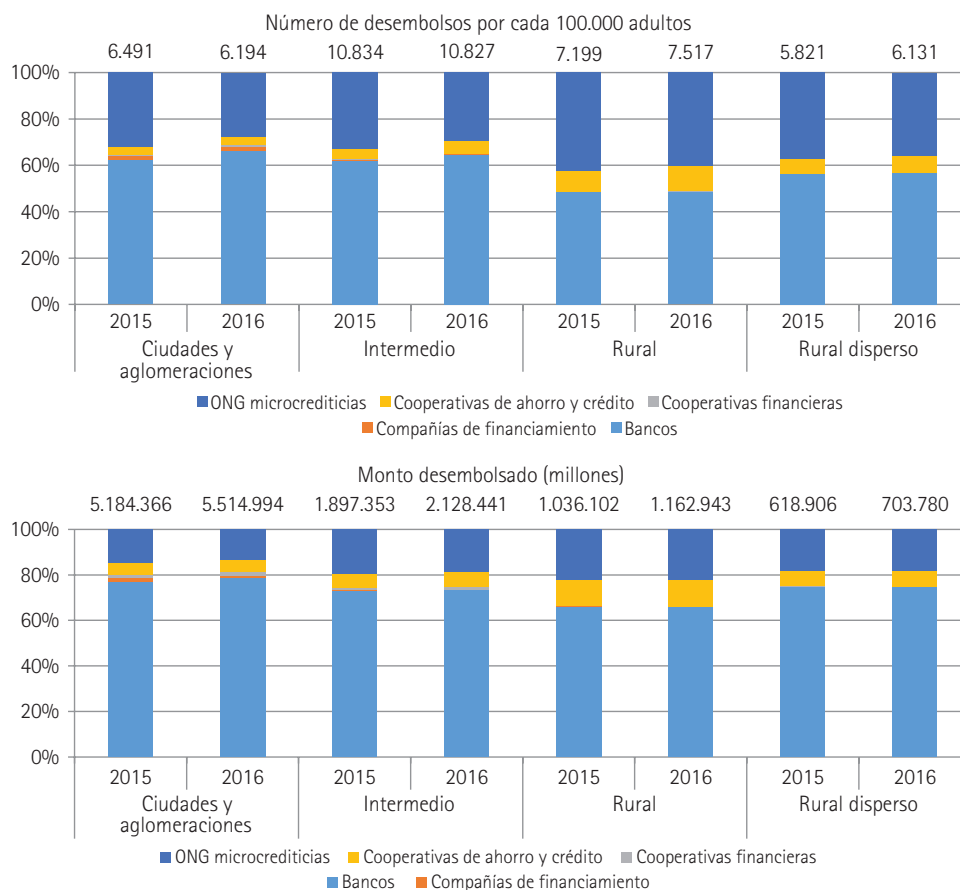
GRÁFICA 117: Desembolsos de microcrédito por rango dic 2015 y dic 2016



Los desembolsos de microcrédito por cada 100.000 adultos mostraron reducciones en ciudades y aglomeraciones y en menor medida, en municipios intermedios, de 5% y 0,1%, respectivamente. Alrededor del 60% de los desembolsos en ciudades y aglomeraciones, municipios intermedios y rurales dispersos se dieron por parte de establecimientos bancarios. El resto de la composición de los desembolsos los aportaron las ONG microcrediticias con una participación de entre 30% y 40% en todos los niveles de ruralidad, destacándose entre ellos los municipios dirigidos a municipios rurales.

En cuanto al monto desembolsado en microcréditos, si bien la participación entre entidades fue homogénea en todos los niveles de ruralidad, los establecimientos bancarios registraron una participación mayor en monto que en número de desembolsos. No obstante, las ONG microcrediticias aportaron alrededor del 20% del monto desembolsado, con una mayor participación en municipios rurales.

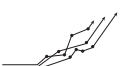
GRÁFICA 118: Desembolsos de microcrédito por intermediario y nivel de ruralidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de la Economía Solidaria y Banca de las Oportunidades

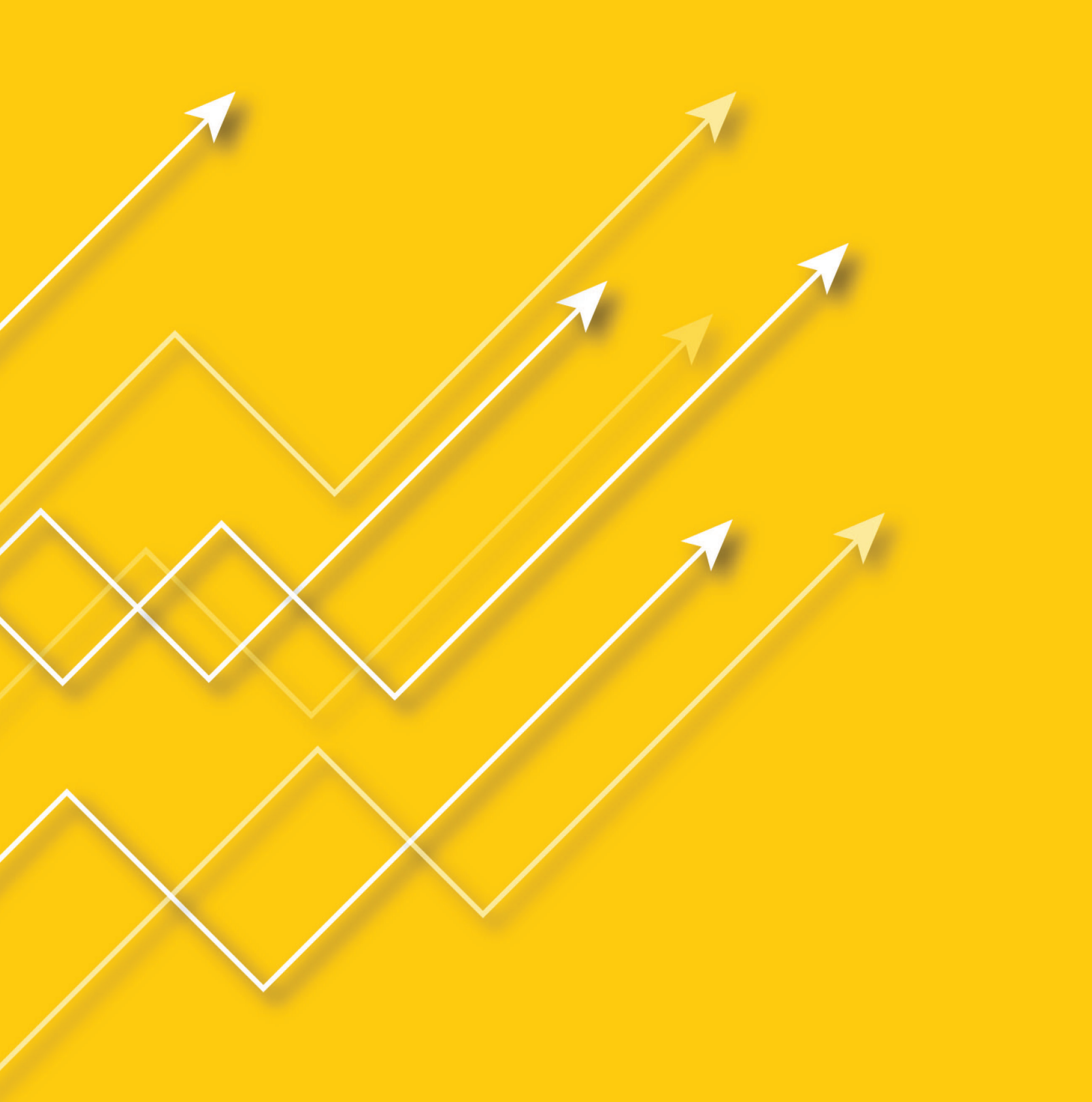
Conclusiones

- Colombia ha desarrollado diferentes iniciativas con el fin de promover el acceso al crédito a individuos y empresas. A nivel internacional, la reforma al sistema de garantías mobiliarias alcanzado con la Ley 1676 de 2013 la respectiva normativa reglamentaria, ha sido reconocida internacionalmente por su importancia para la inclusión financiera y desarrollo empresarial a nivel internacional. No obstante lo anterior, hasta ahora ha proliferado en una mayor medida la admisión de garantías de vehículos, mostrando que existe oportunidad para que establecimientos de crédito admitan una mayor diversidad de bienes.
- Durante 2016 la cartera de créditos tuvo un comportamiento menos dinámico frente a años anteriores por el ajuste de ésta a la dinámica de la economía y que se reflejó principalmente en cartera comercial, que registró una disminución de 1,51% real y un aumento de 4,2% nominal frente a 2015.
- Si bien los niveles de profundización financiera han venido en aumento en los últimos años, en 2015 esta mostró una leve disminución en 2016 frente al año anterior producto de la desaceleración económica, pasando de 47,9% en 2015 a 47,8% en 2016. No obstante, frente a otros países de la región, Colombia mostró una evolución positiva entre 2006 y 2015 en esta materia, destacándose en conjunto con Bolivia, Chile y Venezuela.
- La composición de la cartera de créditos por producto e intermediario se ha mantenido estable en los últimos dos años. Particularmente en el caso de la cartera de microcrédito, en 2016 se observó un aumento en el saldo de la cartera de valores entre 25 y 120 SMMLV, con 36% de participación. En el caso de los desembolsos de microcrédito, durante 2016 se evidenció un incremento importante en los desembolsos de montos inferiores a 1 SMMLV. Así mismo, mientras en 2012 los desembolsos inferiores a 3 SMMLV acumulaban 30% del total desembolsado, en 2016 este valor fue de 49%.
- Si bien entre 2015 y 2016 el total de desembolsos de crédito aumentaron, las modalidades de vivienda y microcrédito registraron una evolución negativa frente a los créditos comerciales y de consumo. En cuanto a la cartera comercial, el aumento en número de desembolsos se dio principalmente en ciudades y aglomeraciones. Los desembolsos en el resto de clasificaciones municipales disminuyeron frente al año anterior. En términos de monto, los desembolsos disminuyeron en todos los tipos de municipio salvo en los rurales, en los que incrementaron en 0,21%.



- En cuanto a la modalidad de consumo, ésta registró una evolución positiva en términos de número de desembolsos y monto desembolsado, especialmente en municipios intermedios y rurales. Por su parte, los desembolsos de créditos de vivienda fueron la modalidad con una mayor desaceleración, impactando especialmente municipios intermedios y rurales dispersos. De lado del microcrédito, los desembolsos mostraron un comportamiento más estable frente a las demás modalidades, a pesar de mostrar reducciones en número de desembolsos en ciudades y aglomeraciones.





SEGUROS

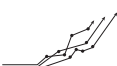
Seguros

En los últimos años, la industria aseguradora colombiana ha presentado una importante dinámica tanto en crecimiento como en desarrollo de productos, lo que ubica al país en una etapa intermedia en la evolución hacia un mercado asegurador diversificado y competitivo, ofreciendo productos de mayor complejidad dentro de un marco de protección al consumidor adecuado, que generan un mayor valor agregado al consumidor.

El marco regulatorio e institucional colombiano se ha transformado para dinamizar la oferta de productos de seguros, facilitar el acceso a ellos, fortalecer la educación financiera y promover la adopción de nuevos modelos de negocio. El cambio regulatorio se ha originado como consecuencia de la irrupción de nuevas tecnologías y el desarrollo de nuevos canales de comercialización, que ameritan el desarrollo de otras formas de proteger al consumidor. En esta línea, durante 2016, la SFC expidió la Circular Externa 49 de 2016 en desarrollo de lo establecido en el Decreto 2555 de 2010, dando la posibilidad a las entidades aseguradoras para que comercialicen seguros a través de la figura de corresponsales.

El mecanismo de corresponsalia ya viene siendo utilizado por los establecimientos de crédito, que han logrado aumentar su capilaridad en todo el país a través de ellos. Así las cosas, con la expedición de la mencionada Circular, las entidades hoy en día pueden suscribir contratos con cualquier persona natural o jurídica con el fin de ofrecer y comercializar sus productos de seguros que cumplan los criterios de sencillez, universalidad y estandarización establecidos en el Decreto 2555 de 2010.

Entre otros aspectos, la regulación incluye factores relacionados con la idoneidad que deben tener los corresponsales para la comercialización de seguros y las condiciones mínimas de que debe tener la póliza y estableció las modalidades que pueden ser comercializadas a través del modelo de corresponsalia, entre ellas: Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, exequias, desempleo, vida individual, accidentes personales, agropecuario, hogar, incendio y sustracción.



Adicionalmente, teniendo en cuenta las dificultades advertidas para la comercialización de seguros y la necesidad de impulsar una debida protección y asesoramiento al consumidor financieros, también se dictaminaron algunas instrucciones que deben seguir las entidades aseguradoras para poder realizar dichas actividades. Se destaca, por ejemplo, que éstas deben capacitar a sus corresponsales en las labores que van a realizar, velando por que dichas personas tengan conocimiento suficiente sobre el proceso de celebración del contrato de seguro y el rol que deben cumplir en cada una de las etapas de dicho proceso. También se destaca el establecimiento de instrucciones detalladas sobre la forma en que se deben redactar las pólizas de seguro comercializadas a través de corresponsales, haciendo énfasis en que las exclusiones puntuales y no se pueden utilizar indiscriminadamente haciendo los productos muy complejos.

La Circular Externa 049 de 2016 constituye entonces un paso importante en el camino hacia una mayor inclusión financiera puesto que con ella se amplía el alcance para que las entidades aseguradoras puedan llegar a sectores tradicionalmente marginados de los productos de seguro y se genera el escenario para que las entidades aseguradoras desarrollen seguros sencillos y de fácil comprensión y comercialización para sectores tradicionalmente excluidos. De esta forma, adicionalmente a la comercialización mediante el uso de red de las entidades vigiladas, se abrió la posibilidad para que las entidades aseguradoras accedan a nichos remotos, con la necesidad de administrar riesgos de baja complejidad, cuyas soluciones y sean susceptibles de ser masificadas y estandarizadas.

En el mismo sentido, la SFC expidió la Circular Externa 055 de 2016 que modificó las instrucciones relativas a la administración del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo, con el fin de hacer más proporcionales los requisitos de conocimiento del cliente, con respecto a los riesgos asumidos por las entidades al comercializar sus productos. Esta búsqueda de mayor proporcionalidad contribuye a que productos que favorezcan la inclusión financiera en seguros tengan un escenario más favorable para su desarrollo, sin descuidar la gestión de los citados riesgos. Una reforma relevante de esta circular para el desarrollo de productos inclusivos es la autorización que se otorgó para suplir mediante mecanismos innovadores, los requisitos de conocimiento del cliente del diligenciamiento del formulario y la ejecución de la entrevista. De esta manera, se abrió la puerta al desarrollo de productos que se puedan comercializar mediante nuevas tecnologías, siempre y cuando se salvaguarden los mínimos normativos en cuanto a la identificación del cliente se refiere.



Las iniciativas regulatorias mencionadas se alinean con la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera que se ha venido trabajando en el marco de la Comisión Intersectorial de Inclusión Financiera, que pone énfasis en los productos de seguros dado el impacto que estos pueden tener sobre la suavización del consumo y reducción de la vulnerabilidad.

El presente capítulo del Reporte de Inclusión Financiera tiene como objetivo brindar un panorama general de la industria aseguradora en relación con la inclusión financiera en Colombia. Para ello, se expondrán las principales tendencias y se analizarán las principales cifras referentes a la penetración de los seguros, la evolución de los distintos ramos, las primas emitidas, la distribución de los riesgos asegurados y la distribución por ramos, entre otros.

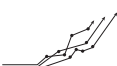
Tendencias en seguros en Colombia

Durante 2016, la SFC realizó una encuesta a las entidades aseguradoras con el fin de conocer las innovaciones que se están desarrollando en el mercado. Las respuestas fueron clasificadas de acuerdo con el número de veces que algunas tendencias fueron mencionadas y se realizó un ranking de las principales prácticas en auge dentro del sector asegurador colombiano.

Como se puede observar, el "Internet de las Cosas" (o la interconexión de artículos de uso diario con dispositivos que facilitan el intercambio de datos a través de internet) es la práctica líder en el sector en línea con el mercado asegurador internacional. Igualmente se identificaron tres tendencias nuevas diferentes a las internacionales las cuales son el "enfoque al cliente", "motores de crecimiento" y la "excelencia técnica".

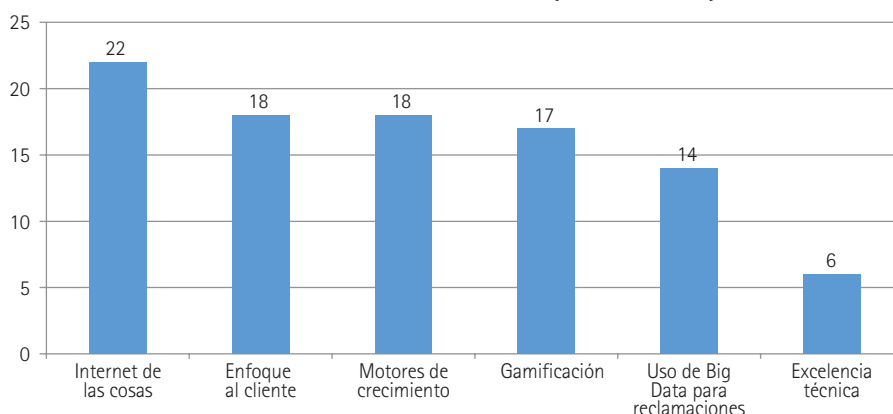
La primera de ellas hace referencia al establecimiento del cliente o consumidor de seguros como el centro de todo, es decir, las entidades reconocen el valor superior del cliente y tienen como objetivo enfocar sus procesos y servicios con el fin de mejorar la experiencia del consumidor.

La tendencia denominada "motores de crecimiento" hace referencia al desarrollo y diversificación de nuevas líneas de negocio o a los cambios realizados a los actuales modelos por parte de las entidades aseguradoras. En esta categoría se encuentra tanto el desarrollo de productos complejos como sencillos los cuales exigen una inversión en la infraestructura tecnológica de las compañías.



Finalmente, la categoría "excelencia técnica" se relaciona con la capacitación y atracción del mejor talento humano reconociendo un valor superior a los empleados. Igualmente hace referencia al fortalecimiento de los sistemas de gobierno corporativo y de riesgos de las entidades.

GRÁFICA 119: Tendencias en Colombia (número de veces)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Recuadro 4: Principales tendencias internacionales en la masificación de los productos de seguros⁸⁶

La revolución tecnológica de la última década ha afectado en mayor o menor medida a todas entidades financieras y el mercado asegurador no ha sido la excepción. Tendencias como los seguros entre grupos de personas con el mismo interés asegurable que se cubren sin intermediarios financiero (peer to peer), comercialización de seguros por medios digitales, el uso de imágenes aéreas y digitales y las aplicaciones específicas para los procesos de suscripción y reclamación, entre otros, tendrán un mayor impacto en el futuro próximo.

Las principales tendencias en el sector asegurador buscan empoderar a los consumidores a través de la tecnología, convirtiendo sus preferencias y necesidades en el centro de gravedad de la innovación financiera.

A continuación, se destacan las principales tendencias actuales del mercado de los seguros a nivel internacional:

- La generación de interfaces de usuario en los productos con la aplicación de inteligencia artificial, con el fin de simplificar la interacción entre entidades, asegurados y empleados.

⁸⁶ Accenture (2017), Insurance Technology Vision

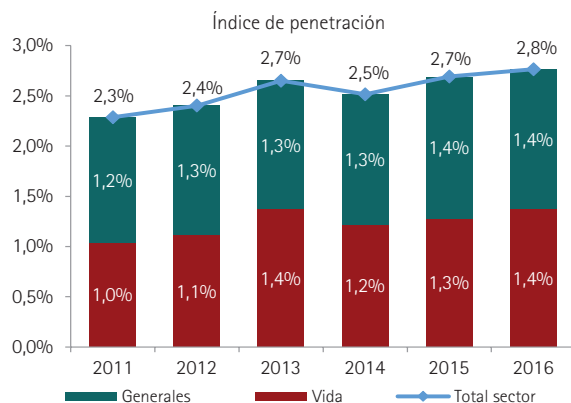
- Generación de ecosistemas entre entidades aseguradoras y proveedores de servicios digitales que contribuyen a que éstas mantengan sus ventajas competitivas en un entorno altamente competitivo.
- Consolidación de plataformas laborales por demanda y soluciones de administración en línea se están consolidando como las características de un nuevo mercado laboral.
- Adaptación de la tecnología a comportamientos del ser humano para mejorar su forma de vida.
- Uso de tecnologías como blockchain, que permiten generar un ambiente con condiciones iguales para todos los participantes en términos de información de uso de productos.

Principales cifras de la industria aseguradora

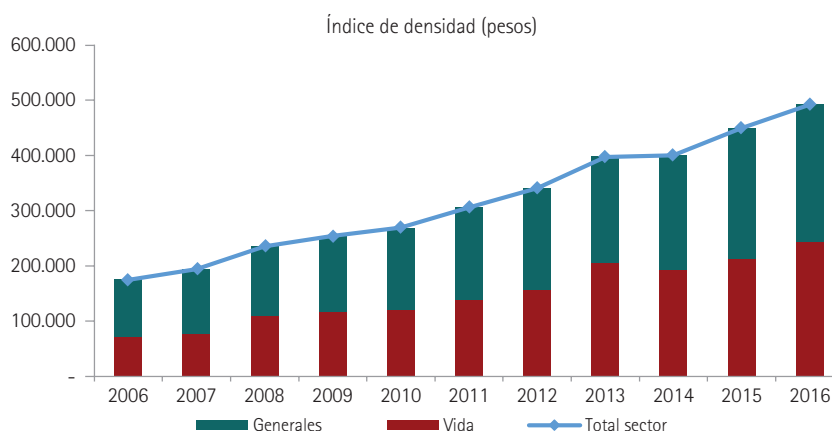
En 2016 la industria aseguradora registró un crecimiento constante en el valor de las primas emitidas. Dado que el índice de penetración, medido por el valor de las primas emitidas con respecto al PIB, se ubicó en 2,8% equivalente a un incremento de 1pb comparado con el nivel observado un año atrás. En particular, los índices de penetración para los seguros de daños⁸⁷ y de personas correspondieron a 1,4% en cada caso en 2016, frente a unos indicadores de 1,4% y 1,3% en 2015, respectivamente.

Adicionalmente, se ha observado un incremento en el gasto promedio mensual en seguros por individuo medido a través del índice de densidad (primas emitidas/población total). En 2016, el gasto promedio por individuo en seguros se ubicó en \$492.021, superior en 9,6% nominal frente al valor registrado un año atrás. Específicamente, el gasto individual en seguros personales se ubicó en \$244.181 y el gasto promedio por individuo en seguros de daños correspondió a \$247.839.

GRÁFICA 120: Índices de la industria aseguradora



87 Seguros generales.

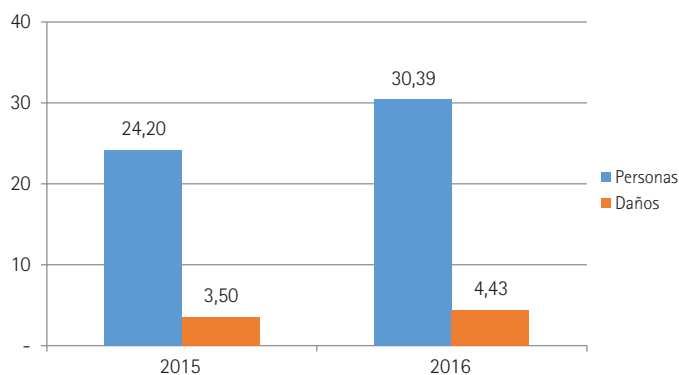


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Número de asegurados

De acuerdo con los resultados de la encuesta de inclusión financiera de seguros realizada por la SFC durante 2016⁸⁸, el número de asegurados vigentes aumentó para los dos ramos de seguros; en el caso de seguros personales, éstos aumentaron en 26% frente a 2015, ubicándose en 30,39 millones. Por su parte, los asegurados en daños aumentaron 27% en el último año, registrando un total de 4,43 millones de asegurados al finalizar 2016.

GRÁFICA 121: Número de asegurados en seguros personales y de daños y propiedad (millones)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

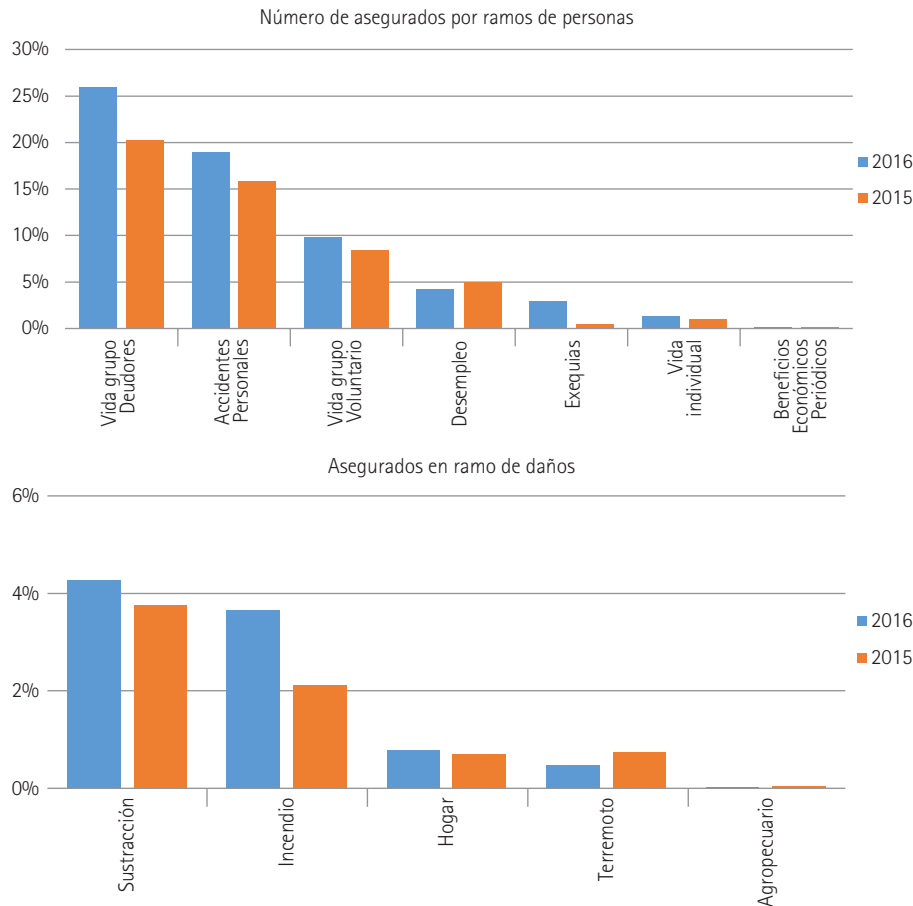
Durante 2016 los seguros personales registraron una mayor participación en el mercado. El número de asegurados en el ramo de vida grupo deudores correspondió al 25,8% de la población total, aumentando 5,7pp frente a 2015, seguido por el ramo de accidentes personales con una participación de 18,9%. En cuanto a los seguros de daños, el seguro de sustracción y de incendio registraron un número de asegurados correspondientes al 4,3% y 3,6% de la población total de Colombia en 2016.

⁸⁸ Esta encuesta se realizó en 2016 y recopiló información para 2015 y 2016 bajo la metodología establecida en la Carta Circular 01 de 2017 de la SFC.

La mayor participación de asegurados en el ramo de vida grupo deudores se sustentó en parte por los menores costos que ofrece este ramo al asegurar a varias personas dentro de un mismo grupo. El número total de asegurados vigentes se concentró principalmente en aquellas primas emitidas pagadas mensualmente por el asegurado por un valor inferior a \$10.000. Frente a 2015, este ramo registró un incremento en su participación de 7,7pp.

En seguros de daños, la mayor participación la registró el seguro de sustracción, ramo que presentó un incremento anual en la participación de 4,1pp. En particular, el número total de asegurados vigentes se concentró principalmente en aquellas primas emitidas pagadas mensualmente por el asegurado por un valor entre \$10.000 y \$20.000.

GRÁFICA 122: Participación sobre el número de asegurados por ramos



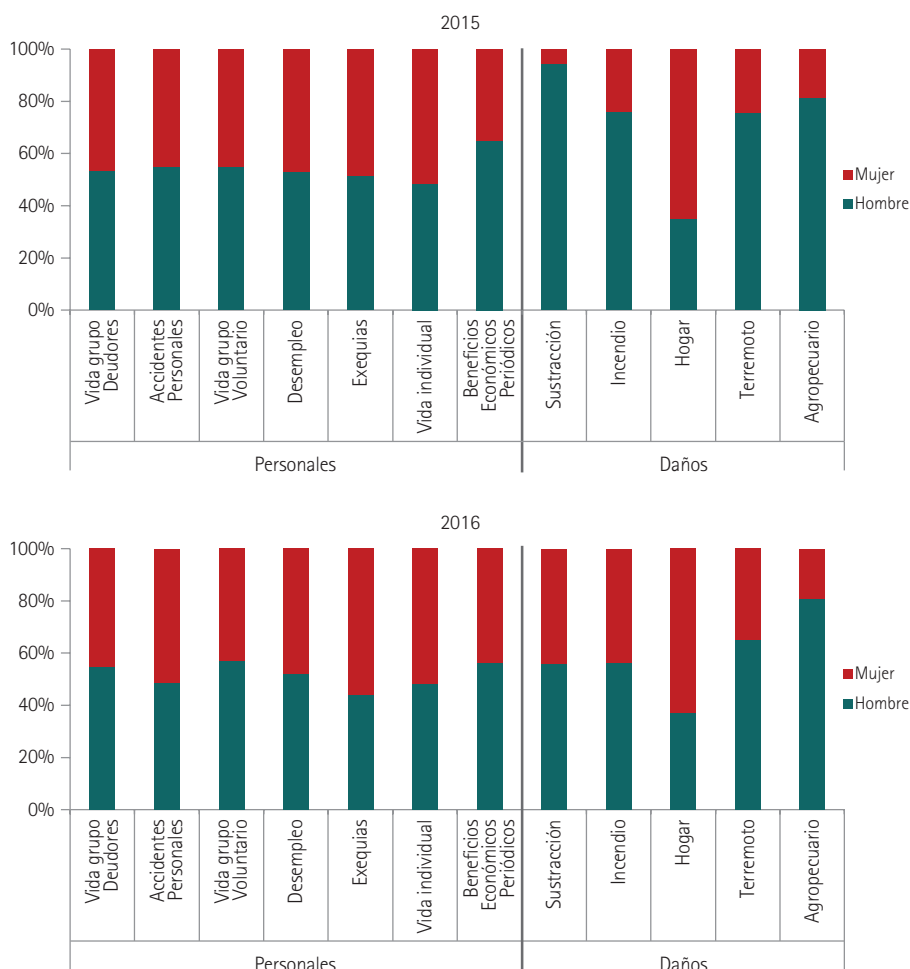
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

En 2016, el incremento en la participación de mujeres fue de 47%, superior en 2pp frente al año anterior. A nivel de ramos, se observó que en los dos años estudiados existió una mayor participación del género femenino, especialmente en los ramos



de sustracción e incendio. En el caso de ramo de seguros agropecuarios, la participación continúa siendo en su mayoría de hombres, con una representación de más del 80%.

GRÁFICA 123: Número de asegurados por género



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Primas Emitidas

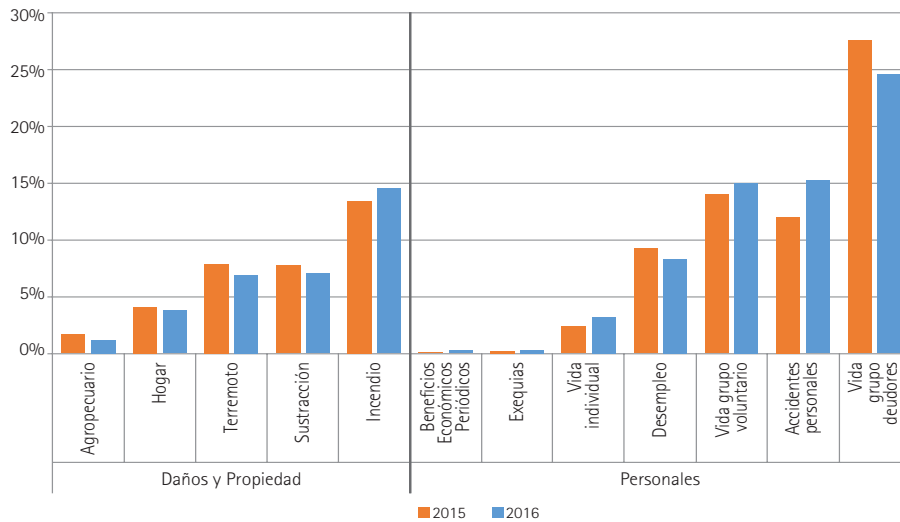
El valor total de las primas emitidas acumuladas al cierre de 2016 ascendió a \$3,7 billones⁸⁹ para los ramos incluidos⁹⁰ en la encuesta de inclusión financiera, en donde los seguros personales concentraron la mayor parte de las primas emitidas acumuladas tras registrar valor total de \$2,5 billones. El ramo de vida grupo deudores representó alrededor del 25% del total de las primas emitidas acumuladas presentadas en este capítulo, valor inferior al registrado un año atrás. Por su parte, el ramo de accidentes personales fue el que más aumentó en participación, pasando de 11,9% en 2015 a 15,2% en 2016.

89 El valor total de las primas emitidas para todos los ramos fue de \$23,9 billones al cierre de 2016.

90 Seguros personales: Exequias, accidentes personales, vida grupo voluntario, vida grupo deudores, vida individual, Beneficios Económicos Periódicos (BEPS) y desempleo. Seguros de Daños y propiedad: Incendio, terremoto, sustracción, hogar y agropecuario.

Los ramos de daños y propiedad incluidos en la encuesta registraron un valor acumulado de primas de \$1,2 billones, donde los seguros de incendio representaron el 14,5% del total acumulado de primas emitidas, valor superior al año anterior cuando participaron con 13,5%. Las primas emitidas acumuladas de sustracción que registraron en 2016 una participación de 7,0%, disminuyendo frente 2015 al ubicarse en 7%.

GRÁFICA 124: Participación de las primas emitidas acumuladas



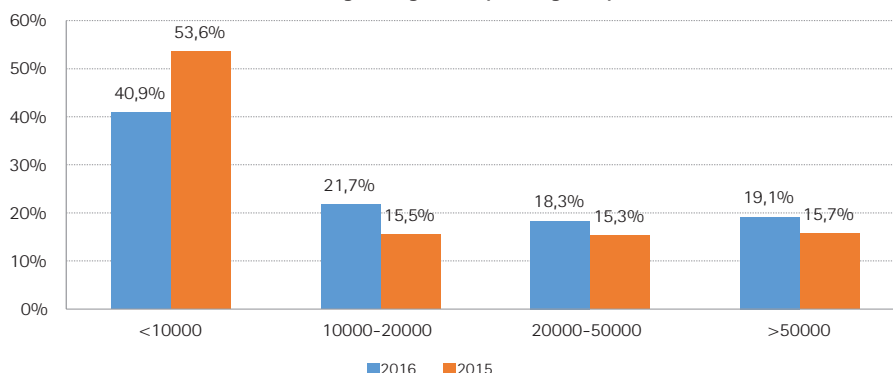
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Valor de las de primas emitidas mensuales

El valor de las primas de seguros es uno de los componentes más importantes para incentivar la inclusión financiera de seguros, dado que es un factor limitante especialmente para las personas con menores ingresos. En 2016, se observó que el valor de las primas emitidas pagadas mensualmente por el asegurado se concentró principalmente en aquellas con un valor inferior a \$10.000, tras representar el 40,9%. Este valor disminuyó frente a 2015, año en el que éstas aportaban 53,6% del total de primas emitidas pagadas. Por su parte, las primas emitidas de valores superiores aumentaron, especialmente las de valores entre \$10.000 a \$20.000, pasando de participar con 15,5% en 2015 a 21,7% en 2016.



GRÁFICA 125: Riesgos asegurados por rango de prima mensual



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Así como en 2015, en 2016 en seguros personales sobresalió el ramo de desempleo con una participación de 53,3% de las primas emitidas pagadas mensualmente inferiores a \$10.000, seguido por el ramo de vida grupo deudores con 47,0%, el cual frente a 2015 disminuyó su participación en primas de este rango al ubicarse en 68,2% durante ese año. En contraste, en los seguros de daños y propiedad, los ramos de hogar, incendio y terremoto registraron una contribución importante en el número de asegurados que pagan un valor de primas superior a \$50.000 mensuales, tras presentar participaciones de 77,3%, 70,1% y 61,4%, en su orden, durante 2016, valores que aumentaron frente a las participaciones de 2015.

GRÁFICA 126: Riesgos asegurados por ramo y rango



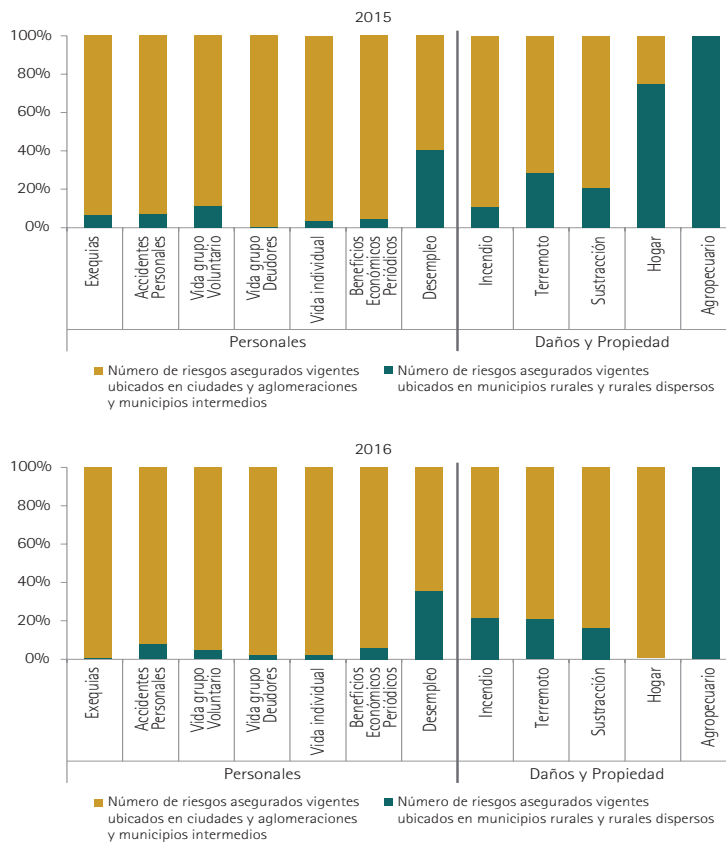
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

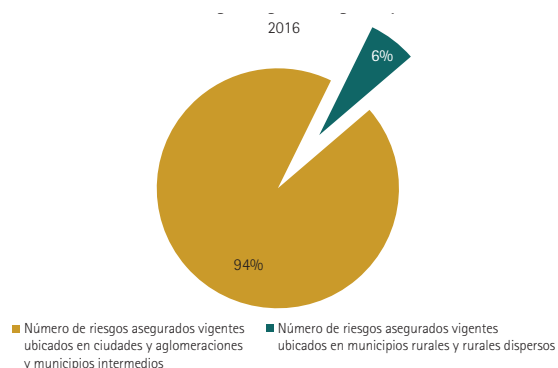
Riesgos asegurados vigentes por zona

El número de riesgos asegurados vigentes ubicados en ciudades y aglomeraciones y municipios intermedios representó en 2016 la mayor parte de los asegurados para cada uno de los ramos, con excepción del seguro agropecuario dado que la naturaleza de sus riesgos, se ubican en zonas rurales. Durante el último año se observó una disminución en el uso de seguros en zonas rurales pues al cierre de 2016 el número de riesgos asegurados vigentes en zonas rurales correspondió a 808.855 riesgos frente a 849.009 en 2015, equivalente a una reducción anual de 5%.

Por ramo y así como en 2015, en 2016 se observó que el mayor número de riesgos asegurados en ciudades, aglomeraciones y municipios intermedios fue el de vida grupo deudores y exequias, luego de registrar una participación de 97,8% y 99%, respectivamente, en el último año.

GRÁFICA 127: Riesgos asegurados vigentes por ruralidad





Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

Los canales de distribución de seguros

La producción comercializada a través de la red de las entidades vigiladas por la SFC se posicionó como el mecanismo de distribución más representativo para la comercialización de seguros en Colombia. En particular, del total de asegurados por canal, el 49,4% correspondió al uso de red, seguido por intermediarios de seguros (20,1%) y fuerza propia (17,7%), los demás canales de distribución contribuyeron en una menor proporción.

En 2016, vida grupo deudores, vida individual, desempleo, incendio, sustracción y hogar fueron los principales ramos adquiridos a través del uso de red, con un aumento en la participación de este canal frente a 2015, especialmente en el caso del ramo de incendio, cuya comercialización a través de uso de red pasó de participar con 20% a 55% en el último año. Por su parte, fuerza propia fue el medio más utilizado para ofrecer los ramos de vida grupo voluntario, terremoto y exequias en 2016, en todos los casos aumentando su participación frente a 2015.

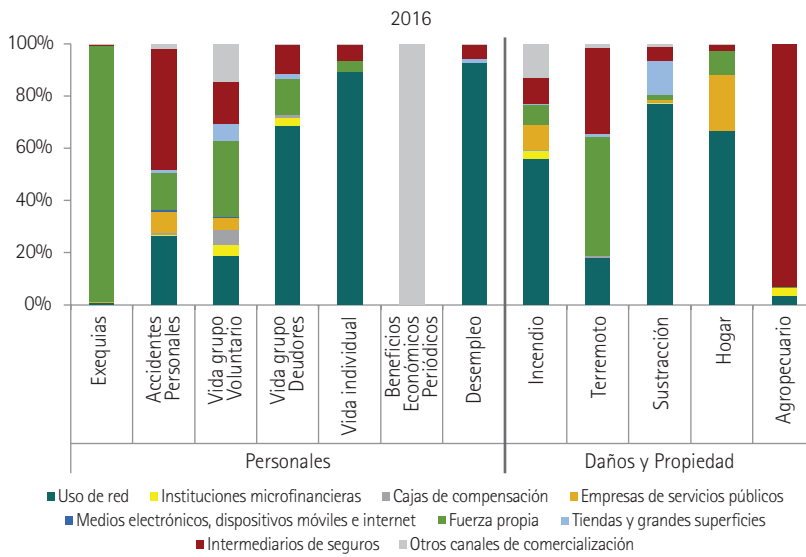
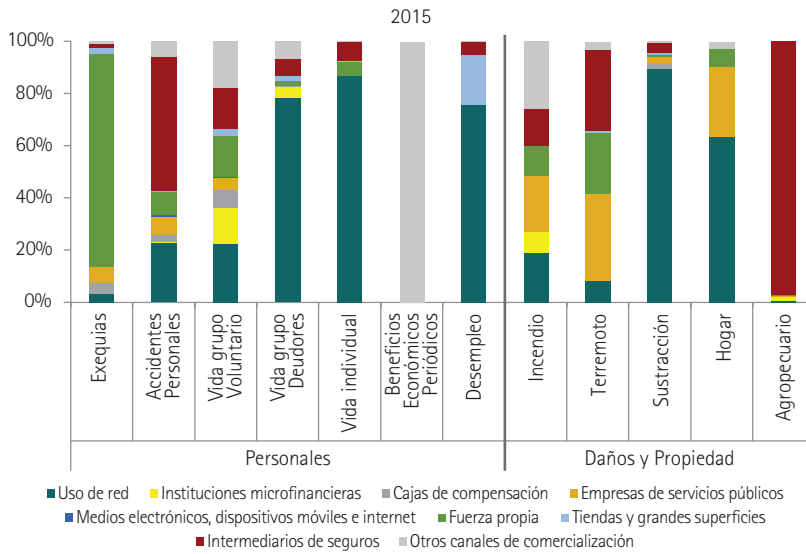
Entretanto, el seguro agropecuario y el de accidentes personales sobresalieron por ser comercializados por los intermediarios de seguros debido a una mayor complejidad de este tipo de productos. En el primer caso, frente a 2015 estos seguros fueron comercializados en una mayor proporción a través del uso de red e instituciones microfinancieras, lo que demuestra que estos canales tienen la capacidad de llegar a zonas rurales y rurales dispersas.

Por su parte, y por sus condiciones particulares el seguro asociado a los BEPS utilizó la vinculación directa a través de Colpensiones como único medio para ofrecer este ramo durante los dos años.

Vale destacar que durante los últimos años la comercialización de seguros a través del canal de medios electrónicos, dispositivos móviles e internet fue mínima, lo

que representa una oportunidad para las entidades aseguradoras de aprovechar estos medios para llegar a una mayor cantidad de población.

GRÁFICA 128: Asegurados por ramo y canal



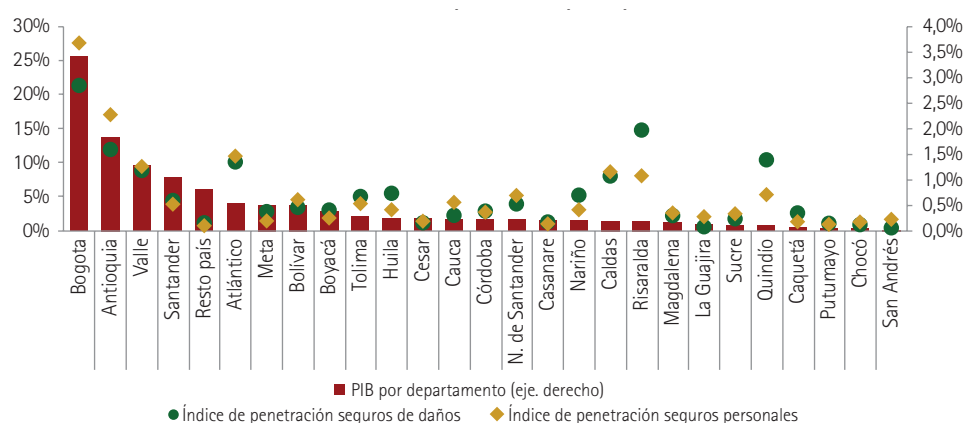
Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.



Profundización financiera de seguros por departamento

La mayor penetración de los seguros en Colombia estuvo impulsada en su mayor parte por la actividad económica de cada uno de los departamentos. En particular, Bogotá D.C, que contribuye con el 25,6% del PIB nacional, presentó el índice de penetración más alto a nivel regional con un indicador para seguros personales de 3,7% y para daños de 2,9%. Por el contrario, departamentos como Atlántico, Risaralda y Quindío, que presentaron una baja participación dentro del PIB nacional de 4,1%, 1,5% y 0,8%, respectivamente, fueron algunas de las excepciones que mostraron un nivel de penetración por encima del desempeño económico local.

GRÁFICA 129: Índice de penetración por departamento



Fuente: Fasecolda y DANE. Cálculos propios. Por la disponibilidad de la información se tomó en cuenta el PIB por departamento al cierre de diciembre de 2015.

El grupo de seguros personales sobresalió por alcanzar un indicador de penetración superior al observado en los seguros de daños, en la mayor parte de los departamentos. Este comportamiento fue sustentado en buena parte por la dinámica positiva de los ramos de riesgos laborales, vida grupo, previsional, salud, entre otros.

Con respecto a la participación del total de las primas emitidas por departamento, Bogotá D.C acumuló en promedio, el 55,9% entre los seguros personales y de daños. Por su parte, Antioquia registró un promedio de primas emitidas de 17,9%. De manera agregada estos dos departamentos concentraron el 73,8% del total de primas emitidas en el país. En contraste, regiones como San Andrés y Putumayo registraron una participación mínima dentro de total de primas, debido a la distribución de la población.

Principales indicadores de seguros dentro de la inclusión financiera

A pesar de que se observa una diversidad de seguros con características diferentes entre ellos, se pretendió elaborar unos indicadores para estandarizar y comparar los servicios entre sí.

En particular, dentro del grupo de seguros personales, el ramo que registró un mayor índice de siniestralidad⁹¹ en 2016 fue vida individual tras presentar un nivel de 62,74%. Por su parte, en seguros de daños el mayor índice de siniestralidad lo presentó el seguro agropecuario dado el perfil de riesgo del mismo, con un valor de 140,3%.

Con respecto a las objeciones y cancelaciones, la mayor tasa de objeciones, es decir, cuando el asegurador en caso de la reclamación de pago del siniestro indica que no está obligado a indemnizar por circunstancias que lo excluyen de su responsabilidad, se presentó en el seguro desempleo (31,4%), seguida por las objeciones de vida individual y vida grupo deudores con tasas de 25,8% y 18,1%, respectivamente. De igual manera, el ramo desempleo presentó la tasa de cancelación más alta con 35,07%, al tiempo que sustracción registró en el grupo de daños el nivel más elevado con 40,48%.

Por su parte, el índice de gastos incurridos que corresponde a la razón entre los gastos incurridos frente al valor de las primas devengadas acumuladas registró un promedio de 8,15%. En seguros personales, desempleo fue el ramo que mayor índice registró con 13,61%, mientras que, en daños, hogar fue el que presentó el nivel más alto con 41,96%. Vale la pena mencionar que los ramos como exequias, vida grupo deudores y agropecuario sobresalieron por presentar los niveles más bajos.

El mayor número de renovaciones estuvo impulsado en su mayor parte con los ramos relacionado con vida grupo (deudores y voluntario) y accidentes personales, tras registrar 5.262.430 riesgos renovados.

⁹¹ Se refiere a la relación entre las primas que emite la compañía de seguros y lo que ésta tiene que desembolsar por concepto de siniestros pagados.

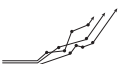


TABLA 13: Principales indicadores

	PERSONALES							DAÑOS Y PROPIEDAD				
	Vida grupo Deudores	Accidentes Personales	Vida grupo Voluntario	Desempleo	Vida individual	Exequias	Beneficios Económicos Periódicos	Incendio	Sustracción	Terremoto	Hogar	Agropecuario
Siniestralidad bruta	47,26%	24,50%	52,58%	17,03%	62,74%	48,33%	8,09%	32,51%	13,16%	1,47%	15,77%	140,30%
Vlr promedio siniestros pagados	6.650.333	962.005	335,9	988.159	17.342.090	1.801.942	392.683	1.865.047	1.123.709	4.506.753	1.605.980	9.078,787
Frecuencia	0,03%	0,10%	0,09%	0,08%	0,05%	0,01%	8,33%	0,26%	0,04%	0,02%	0,20%	7,20%
Tasa de objeciones	18,15%	5,18%	0,00%	31,36%	25,78%	3,02%	0,00%	3,28%	17,57%	11,95%	6,24%	4,20%
Tasa de cancelaciones	14,81%	19,52%	29,63%	35,07%	8,15%	1,53%	1,78%	2,7%	4,859,13%	9,4%	12,81%	6,6%
Número de riesgos renovados	3.027.268	3.123.232	2.235.162	1.394.168	351.266	83.122	1.741	147.533	1.344.074	120.674	306.364	99
Índice de gastos incurridos	1,65%	3,68%	6,95%	13,61%	3,36%	0,08%	N/A	4,98%	7,58%	3,98%	41,96%	1,86%

Gastos Incurridos: Corresponden a la suma de los gastos de administración, personal y de expedición

Conclusiones

- En 2016 el número de asegurados vigentes mostró una evolución positiva. En el caso de seguros personales, éstos aumentaron en 26% frente a 2015, ubicándose en 30,39 millones. Por su parte, los asegurados en daños aumentaron 27% en el último año, registrando un total de 4,43 millones de asegurados.
- En el último año, los ramos con mayor participación de acuerdo con la encuesta de inclusión financiera realizada por la SFC correspondieron a los asociados a los seguros de personas, especialmente, el ramo de vida grupo deudores el cual registró el mayor número de asegurados.
- Por su parte, el mayor número de asegurados vigentes se concentró principalmente en aquellas primas emitidas pagadas mensualmente por el asegurado por un valor inferior a \$10.000. Sin embargo, este valor disminuyó frente a 2015, tras registrar una participación de 53,6% en ese año.
- A nivel de género, se mostró un aumento en la participación de mujeres dentro del total de asegurados. Especialmente en los ramos de sustracción e incendio.
- En 2016 se observó un incremento en el uso de seguros en zonas rurales, pasando de 849.009 riesgos en 2015 a 974.321 en 2016, impulsado por el crecimiento de los ramos de vida grupo deudores y vida individual, lo cual mostró un avance positivo en los seguros asociados con vida.
- La red de las entidades vigiladas por la SFC, distintas a las entidades aseguradoras, se constituyó como el principal canal para la comercialización de seguros. En este caso, la habilitación del uso de corresponsales por parte de entidades aseguradoras constituye una gran oportunidad para continuar llevando productos de seguros a la población de todas las zonas del país.



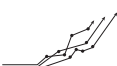
- Vale destacar que durante los últimos años la comercialización de seguros a través del canal de medios electrónicos, dispositivos móviles e internet fue mínima, lo que representa una oportunidad para las entidades aseguradoras de aprovechar estos medios para llegar a una mayor cantidad de población.
- El número de riesgos asegurados vigentes ubicados en ciudades y aglomeraciones y municipios intermedios representó la mayor parte de los asegurados para cada uno de los ramos con excepción del seguro agropecuario, dado la naturaleza del mismo.
- La participación de Bogotá sobre el PIB nacional influyó significativamente en la profundización en seguros en Colombia. El 25% del PIB nacional lo registró la capital, lo cual favoreció el nivel de profundización en seguros tras presentar el índice de penetración más alto del país (6,53%), 3,68% correspondió a seguros personales y 2,85% a daños.
- Con respecto a las objeciones y cancelaciones, la mayor tasa de objeciones la presentó el ramo desempleo y el nivel más alto en la tasa de cancelaciones fue registrada por el ramo de sustracción.

Recuadro 5: REMESAS

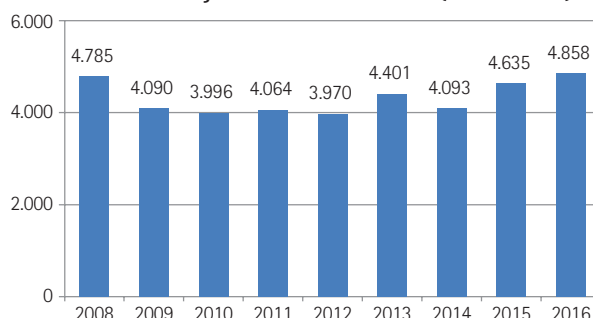
Durante 2016 se movilizaron USD 575,2 billones a nivel global en remesas, valor inferior en 1,2% frente al de 2015. No obstante, los flujos de remesas hacia Latinoamérica y el Caribe aumentaron 6,9% frente a 2015 al ubicarse en USD 73 billones, impulsados en parte por la mejoría en la economía y en el mercado laboral de Estados Unidos⁹².

En el último año se recibieron USD 4.858 millones en Colombia, con un incremento de 4,8% respecto a 2015 y una recuperación frente a los últimos ocho años al superar los valores transados incluso en 2008, antes de que la crisis financiera internacional impactara la economía de los hogares migrantes. Así como en años anteriores, el principal país emisor de remesas continúa siendo Estados Unidos, con 46% del total transferido en 2016⁹³.

92 Banco Mundial (2017), Migration and Remittances Brief 27
93 Banco de la República

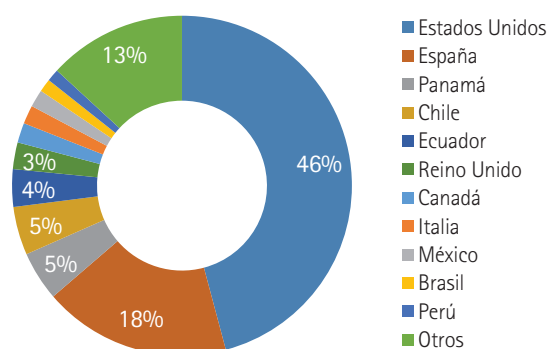


GRÁFICA 130: Flujo de remesas a Colombia (USD millones)



Fuente: Banco de la República

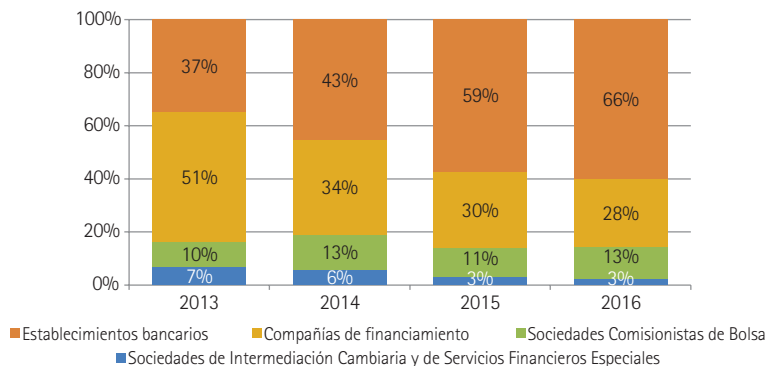
Remesas a Colombia por país de origen



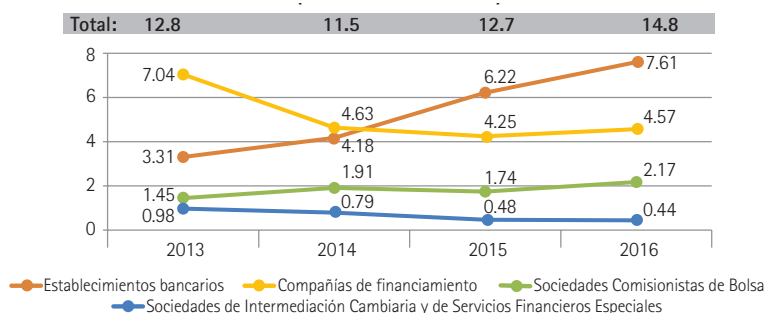
Fuente: Banco Mundial

Así como en años anteriores, en 2016 la mayoría de los ingresos por remesas en Colombia fueron canalizados a través de establecimientos bancarios con 66% del monto total y 7,61 millones de operaciones, valores que aumentaron 7pp y 22%, respectivamente, entre 2015 y 2016. Por su parte, las Compañías de Financiamiento y las Sociedades Comisionistas de Bolsa registraron crecimientos positivos entre 2015 y 2016 en su número de operaciones con aumentos del 8% y 25%, respectivamente, entre 2015 y 2016.

GRÁFICA 131: Participación sobre monto total pagado de remesas por intermediario



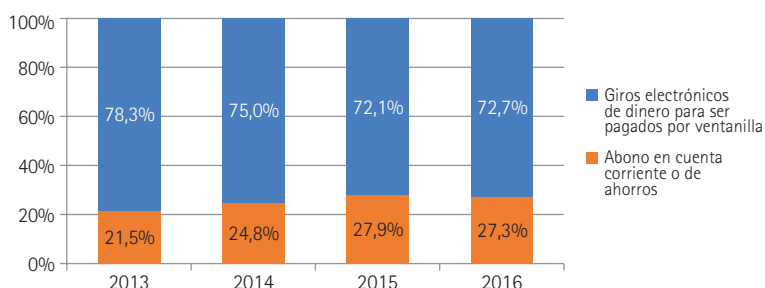
GRÁFICA 131B: Número de operaciones de remesas por intermediario (millones)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia. Incluye en monto transado y operaciones anuales de remesas de trabajadores y remesas de trabajadores para compra de vivienda

En cuanto a los medios de pago utilizados para recibir los recursos de remesas, los giros electrónicos de dinero pagados por ventanilla continúan teniendo una mayor participación con 72,7% del total, aumentando en 0,6pp frente a 2015. Lo anterior es inverso a la tendencia que se venía presentando en años anteriores, cuando la proporción de giros abonados en cuenta venía en aumento. Esto refuerza la necesidad de generar productos de ahorro idóneos para los receptores de remesas, que fomenten la permanencia de los recursos dentro del sistema financiero y faciliten a los receptores el acceso a otros productos y servicios financieros.

GRÁFICA 132: Medios de pago de remesas

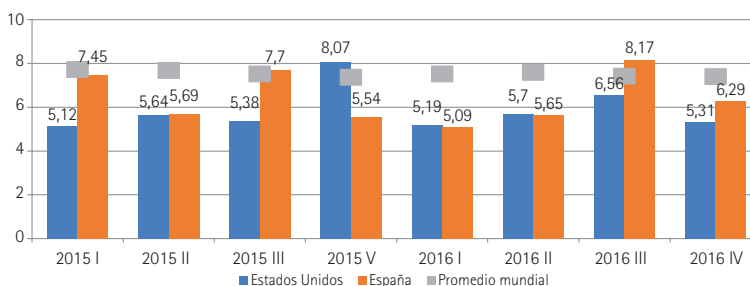


Fuente: Banco de la República

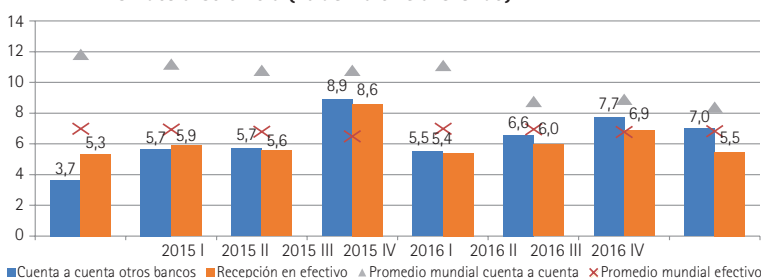
Los costos promedio de transferencia de remesas desde Estados Unidos y España (que en conjunto representan 64% del total de remesas recibidas en Colombia) durante 2016 disminuyeron frente a 2015, ubicándose en 5,7% y 6,3% para Estados Unidos y España, respectivamente. En cuanto a los costos por medio de pago, la recepción en cuenta, ha mostrado ser más onerosa frente al pago en efectivo durante los últimos dos años y salvo por el último trimestre, en promedio aumentó frente a los valores alcanzados en 2015.⁹⁴ Si bien hoy en día los costos de transferencia hacia Colombia son similares o inferiores al promedio mundial, existe oportunidad para aumentar la eficiencia en los giros internacionales que se traduzcan en menores costos de transferencia para el consumidor.

94 Banco Mundial, Precios de las remesas a nivel global, disponibles en <http://remittance-prices.worldbank.org>

GRÁFICA 133: Costo desde Estados Unidos y España a Colombia (% del valor transferido)



GRÁFICA 133B: Costo por medio de pago desde Estados Unidos a Colombia (% del valor transferido)

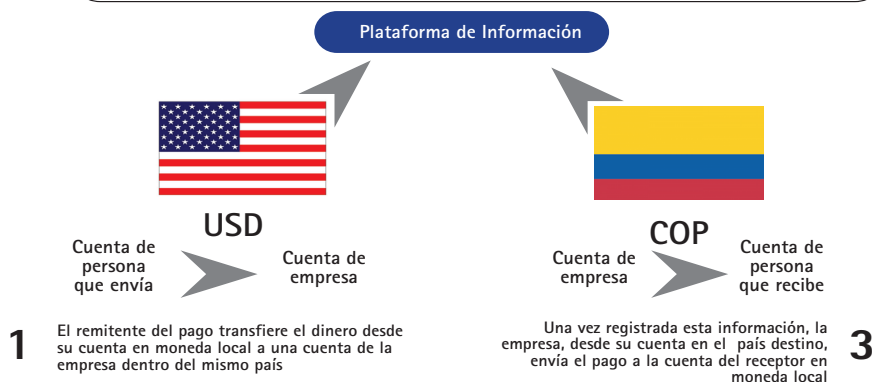


Fuente: Banco Mundial

Así como todos los servicios financieros, los de pagos de remesas también se están viendo impactados por el surgimiento de actores del sector Fintech, que canalizan los recursos a través de medios diferentes a los intermediarios tradicionales y que por su modelo, aumentan la eficiencia de los pagos de tal forma que pueden ofrecer precios y tasas más competitivas. Estos servicios han proliferado en los últimos años y se espera que continúen impulsando de manera general a la industria de transferencias y pagos.


Ejemplos de mecanismos adoptados por estos actores incluyen el desarrollo de pagos móviles y por internet, aplicando modelos en los que incluso no se requiere que el pago sea enviado internacionalmente, como el siguiente⁹⁵:

2 La plataforma de la empresa registra la información del pago entre las dos personas (P2P) y el valor del dinero enviado es transformado a la moneda recibida dentro del sistema



Fuente: Smartup

95 Smartup (2016), How Transferwise Disrupts International Payments



Este es uno entre muchos ejemplos de innovación que pueden cambiar la forma en que tradicionalmente se ofrecen los servicios financieros transfronterizos y que potencialmente tienen la capacidad de brindar condiciones de costos y tiempos beneficiosos para el consumidor financiero. En este caso, el uso de productos de depósitos constituye un beneficio adicional pues facilitan la permanencia de los recursos y pueden fomentar el uso de productos y servicios financieros adicionales a los de transferencias y ahorro.



Aproximación
a la dimensión de calidad
de la inclusión financiera:
Protección al consumidor financiero

Aproximación a la dimensión de calidad de la inclusión financiera: *protección al consumidor financiero*

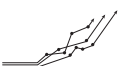
La medición y seguimiento a la calidad de la inclusión financiera permite conocer diferentes aspectos de la relación entre consumidores y el sistema financiero, entre ellos la relevancia que tienen los productos y servicios financieros ofrecidos para la satisfacción de las necesidades de las personas, así como sus experiencias y percepciones al acceder a ellos y usarlos⁹⁶.

Hoy en día los consumidores financieros están expuestos a una mayor cantidad de información y tienen preferencias, expectativas y percepciones diferentes frente a los productos y servicios financieros. Para atender estas nuevas condiciones, la oferta se ha transformado con la adopción de nuevas tecnologías que son incorporadas en los procesos operacionales de las entidades financieras, en sus modelos de negocio y en los productos y servicios, cambiando incluso la forma en que los consumidores interactúan con ellas. Ante este escenario, una protección al consumidor financiero adecuada es crucial para que se genere una inclusión financiera de calidad, es decir, para que la oferta de productos y servicios genere valor para los consumidores financieros.

Ante la transformación de los servicios financieros en una era digital, los esquemas de protección al consumidor deben adaptarse para poder responder eficientemente. Esto implica, entre otros aspectos, que desde la supervisión se debe generar un ambiente balanceado entre estabilidad financiera, innovación, seguridad y protección, que maximice los beneficios para el consumidor, teniendo en cuenta factores como los nuevos mecanismos de identificación y fuentes de riesgo de crédito y de lavado de activos, una mayor preponderancia del riesgo operacional, una mayor integración transfronteriza entre diferentes sistemas financieros y una mayor cantidad y variedad de información y sobre los productos y servicios financieros.

Con el fin de entender cómo los diferentes sistemas financieros a nivel mundial se han transformado hacia una mayor digitalización de productos, servicios y procesos, reguladores y supervisores han incorporado en su estructura

96 Alianza para la Inclusión Financiera (2010), la medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas.



organizacional y en sus funciones, equipos de trabajo dedicados exclusivamente a seguir y promover la innovación financiera dentro de un ambiente regulatorio y de supervisión propio.

En Colombia, dentro del marco de la Comisión de Inclusión Financiera, durante 2016 se conformó la Subcomisión Fintech con el fin de hacer seguimiento permanente a las nuevas iniciativas y poder responder de manera articulada entre diferentes instancias del Gobierno, entre ellas el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la SFC y actores privados.

En esta línea, desde la SFC se creó a comienzos de 2017 un grupo especializado en Fintech y se espera que éste sea un mecanismo que permita a la entidad estar al tanto de las principales tendencias en innovación financiera de tal forma que ésta pueda ejercer una supervisión que promueva los desarrollos en un ambiente estable y seguro y vele por que los productos y servicios ofrecidos se ajusten al marco regulatorio de protección al consumidor financiero colombiano.

Adicionalmente, con la reestructuración de la SFC (regulada mediante los Decretos 1848 y 1849 de 2016), se fortaleció su estructura organizacional mediante la creación de la Delegatura de Protección al Consumidor y Transparencia para supervisar integralmente y con una mayor capacidad aspectos de conducta de mercado, de protección al consumidor y de ejercicio ilegal de la actividad financiera.

Este capítulo del Reporte de Inclusión Financiera de 2016 explora los principales resultados en la dimensión de calidad de la inclusión financiera en Colombia, con una aproximación a la regulación en materia de protección al consumidor financiero, logros en materia de educación financiera, en el ejercicio de las facultades jurisdiccionales de la SFC y en la atención de quejas interpuestas por los consumidores financieros ante entidades vigiladas y defensores del consumidor financiero.

Regulación

Dada la evidente necesidad del robustecimiento de los esquemas de protección al consumidor financiero a nivel mundial y su impacto sobre la dimensión de calidad de la inclusión financiera, se han generado nuevas formas de medir, hacer seguimiento y comparar el estado de los marcos regulatorios de protección al consumidor de



los diferentes países, que permiten tener una mejor aproximación a la dimensión de calidad de la inclusión financiera. A diferencia de las dimensiones de acceso y uso de la inclusión financiera que se han medido en otros capítulos de este Reporte, la medición de la dimensión de calidad tiene un mayor componente de medición cualitativo.

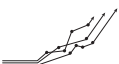
Bajo la Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPFI, por sus siglas en inglés), países del G20 han propuesto diferentes criterios relacionados con conductas del mercado y protección al consumidor, específicamente sobre requerimientos de divulgación de información y mecanismos de resolución de disputas⁹⁷. En cuanto a requerimientos de divulgación de información, GPFI establece cinco aspectos a tener en cuenta dentro de la regulación, entre ellos: i) uso de lenguaje claro por parte de las entidades financieras y la prohibición de cláusulas abusivas, ii) uso de lenguaje local, iii) adopción de un formato único de divulgación de información de productos y servicios, iv) recursos suficientes para que los consumidores puedan ejercer sus derechos y v) información sobre la tasa total pagada por un crédito, incluyendo comisiones, seguros, impuestos y otros recargos.

En el caso colombiano, a través de la Ley 1328 de 2009 se estableció un marco regulatorio único y específico para los consumidores del sistema financiero, que cubre casi la totalidad de los criterios considerados por GPFI. Esta Ley estableció a la SFC como organismo encargado de velar por la protección al consumidor de sus entidades vigiladas y ésta, en su desarrollo, ha emitido diferentes instrucciones. Específicamente sobre los criterios del GPFI de la dimensión de calidad de la inclusión financiera, las instrucciones se han impartido a través del Decreto 2555 de 2010 (Decreto Único del Sistema Financiero) y los Capítulos I y II del Título III de la Parte I de la Circular Básica Jurídica.

Sobre requerimientos de divulgación de información, el Capítulo I "Acceso e información al consumidor financiero" del Título III de la Parte I de la mencionada circular cubre los aspectos de uso de lenguaje claro por parte de las entidades financieras y la prohibición de cláusulas abusivas, recursos suficientes para que los consumidores puedan ejercer sus derechos e información sobre la tasa total pagada por un crédito, incluyendo comisiones, seguros, impuestos y otros recargos, estableciendo lo siguiente:

Uso de lenguaje claro por parte de las entidades financieras y la prohibición de cláusulas abusivas: i) que la información brindada sobre los diferentes productos y servicios financieros, incluyendo la existencia del seguro de depósitos, debe ser clara, suficiente y oportuna que facilite la adopción de decisiones informadas y se permita que éstos escojan las mejores opciones del mercado de acuerdo con

97 GPFI (2016), G20 Financial Inclusion Indicators



sus necesidades y ii) que se prohíbe el uso de cláusulas abusivas dentro de los contratos que se celebren entre consumidores y entidades vigiladas y las prácticas abusivas y se da un listado de ellas.

Adopción de un formato único de divulgación de información de productos y servicios: que las entidades vigiladas deben brindar al consumidor un Reporte Anual de Costos Totales que debe consolidar la información de los productos contratados por los consumidores, específicamente sobre cuotas de administración y/o manejo, tarifas por operaciones realizadas por los diferentes canales, cobros realizados al cliente a favor de terceros y las retenciones tributarias, entre otros. Sin embargo, este reporte se da en etapa postcontractual y no se exige el uso de un formato único con información en etapa precontractual.

Recursos suficientes para que los consumidores puedan ejercer sus derechos: que las entidades vigiladas deben suministrar información sobre la existencia de un defensor del consumidor financiero y sobre el Sistema de Atención al Consumidor Financiero que debe ser implementado por las entidades vigiladas para que i) se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros, ii) se adopten sistemas para suministrar información adecuada, iii) se fortalezcan los procedimientos para la atención de quejas, peticiones y reclamos y iv) se propicie la protección de los derechos del consumidor financiero, así como su educación financiera (CBJ, Capítulo II, Título III, parte I).

Información sobre la tasa total pagada por un crédito, incluyendo comisiones, seguros, impuestos y otros recargos: que los establecimientos de crédito y las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos (SEDPE)⁹⁸ deben dar al consumidor financiero (cliente o cliente potencial) de manera previa a la suscripción del contrato un Valor Total Unificado de productos pasivos y activos, que representa el valor efectivamente pagado por el producto, incluyendo todas las tasas, comisiones, cuotas, primas, etc. Su valor debe ser expresado en términos porcentuales y en pesos colombianos.

En cuanto al uso de lenguaje local, la regulación está dada a través del Decreto 2744 de 1989, estableciendo que se debe expresar en lengua castellana o española los nombres de los productos de empresas establecidas en el país y que cuando se trata de productos, las explicaciones que se impriman para información de los consumidores en hojas de instrucciones deben ir en español, pero pueden agregarse traducciones en otros idiomas.

En materia de mecanismos de resolución de controversias GPFI plantea dos criterios a considerar dentro de la medición de la calidad de inclusión financiera:

98 Creadas mediante la Ley 1735 de 2014



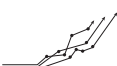
i) mecanismos internos de resolución de quejas de entidades y ii) mecanismos externos de resolución de quejas. En estos aspectos la regulación establece lo siguiente:

Mecanismos internos de resolución de quejas en entidades: según la mencionada Ley y el Capítulo II "Instancias de atención al consumidor en las entidades vigilada", del Título III de la Parte I de la Circular Básica Jurídica, las entidades vigiladas deben implementar un Sistema de Atención al Consumidor financiero para generar un ambiente de protección y respeto por los consumidores financieros, que incluye, dentro de sus elementos, procedimientos para atención eficaz de peticiones, quejas o reclamos que formulen los consumidores financieros.

Mecanismos externos de resolución de quejas: adicional a lo mencionado en el párrafo anterior, la misma regulación y el Decreto 2555 de 2010 establece que los establecimientos de crédito; las sociedades de servicios financieros; las entidades aseguradoras; los corredores de seguros; las sociedades de capitalización, las entidades de seguridad social administradoras del régimen solidario de prima media con prestación definida; los miembros de las bolsas de bienes y productos agropecuarios, agroindustriales y otros commodities; las sociedades comisionistas de bolsas de valores; los comisionistas independientes de valores y las sociedades administradoras de inversión, deben implementar un defensor externo del consumidor financiero con el fin de complementar el procedimiento de atención de quejas.

Así mismo, la SFC, como organismo encargado de velar por la protección al consumidor financiero, desarrolla procedimientos para la atención de quejas y reclamos interpuestas ante ella y tiene la capacidad de ejercer como juez en la relación contractual entre consumidores y entidades por las facultades jurisdiccionales que le fueron otorgadas a través del Ley 1480 de 2011, fallando sobre las demandas que se interpongan ante la Superintendencia en contra de las entidades vigiladas.

En cuanto a los avances regulatorios alcanzados durante 2016, tanto el Gobierno Nacional como la SFC emitieron diferentes regulaciones con el fin de continuar robusteciendo las condiciones de protección al consumidor financiero en Colombia, entre ellas:



Aspecto de protección al consumidor financiero	Regulación	Regulación
Emergencia económica, social y ecológica producto del desbordamiento de los ríos Mocoa, Mulato y Sancoyaco en el municipio de Mocoa	Circular Externa 009 de 2017	<ul style="list-style-type: none"> ● Continuidad de prestación del servicio en la ciudad. ● Implementación de mecanismos ágiles para la recepción, análisis y aprobación de productos financieros y suplir deficiencias de información. ● No solicitar documentación en condiciones más rígidas que las usuales. ● Mecanismos particulares de análisis para otorgamiento de créditos. ● Conservación de calificación de créditos vigentes, celebración de acuerdos de pago acorde con la situación del deudor y suspensión de causación de intereses durante periodos de gracia.
Costos financieros	Ley 1793 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Disposición de todos los recursos en cuentas de ahorro y depósitos electrónicos. ● Prohibición de realizar cobros a cuentas inactivas.
Interrupción en la prestación de servicios	Circular Externa 53 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Información a consumidores cuando se realicen modificaciones técnicas que pueden afectar el servicio y canales afectados, así como disposiciones frente al pago de obligaciones e intereses moratorios.
Deber de asesoría en traslado entre regímenes pensionales	Circulares Externas 16 y 51 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Obligación para las Administradoras del Sistema General de Pensiones para que los afiliados que deseen trasladarse entre regímenes pensionales, reciban asesoría de representantes de ambos regímenes, previo al traslado.
Condiciones de protección al consumidor para las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos	Circular Externa 50 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Condiciones de información, publicidad, extractos, prácticas y cláusulas abusivas, Sistema de Atención al Consumidor Financiero y del defensor del consumidor financiero.
Condiciones para prestación de servicios a través de corresponsales de entidades aseguradoras	Circular Externa 49 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Capacitación a funcionarios para la prestación adecuada del servicio. ● Entrega de documentos contractuales en los corresponsales.
Prácticas y cláusulas abusivas	Circular Externa 48 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Actualización de la lista de prácticas y cláusulas abusivas a ser tenidas en cuenta por las entidades en su relación con el consumidor financiero
Valor Total Unificado (VTU) de operaciones activas y pasivas	Circular Externa 23 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Obligación de cálculo y entrega del VTU de operaciones activas y pasivas, concepto para el cálculo y proyecciones
Información a deudores sobre cobertura de tasa de interés para financiación de vivienda	Circular Externa 7 de 2016	<ul style="list-style-type: none"> ● Obligación de las entidades de informar a los deudores sobre el beneficio de la cobertura condicionada de la tasa de interés a través de medios verificables y con información clara y suficiente.



En conclusión, los desarrollos regulatorios colombianos han generado un marco de protección al consumidor financiero ajustado a los criterios necesarios para generar una inclusión financiera que responda a las necesidades y expectativas de la población. No obstante, si bien se ha avanzado en la implementación de medidas que permitan al consumidor obtener información cierta, suficiente, oportuna y comparable sobre los productos y servicios financieros, existe oportunidad para fortalecer las condiciones en las que se muestra la información al consumidor en etapa precontractual, por ejemplo, a través de formatos únicos.

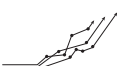
Educación financiera

Uno de los objetivos las iniciativas que promueven la inclusión financiera es mejorar la calidad de vida de los hogares y personas a través de productos y servicios financieros que incentiven su permanencia el sistema financiero. Los esfuerzos de la industria, la regulación y la supervisión por generar esta forma de inclusión tienen un mayor impacto si el consumidor (sea cliente o cliente potencial) está en la capacidad de entender las condiciones de los productos y servicios ofrecidos y formar así un criterio tal que le permita mantener una relación con el sistema financiero que genere valor. En este sentido, es fundamental que los consumidores no sólo reciban información de los productos y servicios, sino también mecanismos efectivos para interpretarla que se brindan a través de programas de educación financiera.

No obstante lo anterior, y si bien es responsabilidad de la regulación y supervisión velar por mantener la estabilidad del sistema financiero y la protección al consumidor, incluyendo las actividades de divulgación de información de educación financiera a la población, es también responsabilidad del consumidor mantenerse informado y atento a las condiciones de los productos y servicios, de tal forma que pueda acceder a ellos y usarlos para su mayor beneficio y de manera responsable.

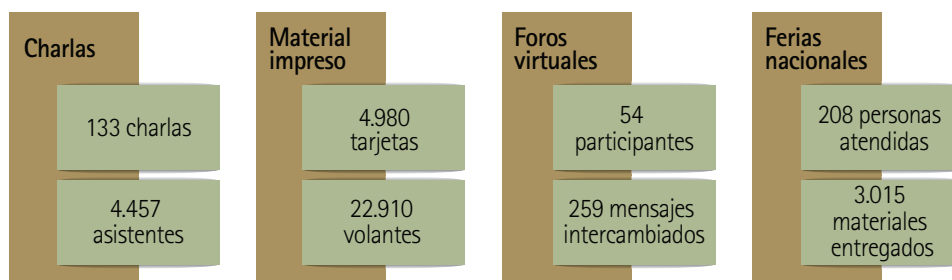
Desde 2015 la SFC ha participado como miembro de la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera⁹⁹, instancia dentro de la cual diferentes entidades del Gobierno articulan y socializan los esfuerzos desarrollados en la materia. Durante 2016 la Superintendencia participó en el proceso de consolidación de la Estrategia de Educación Económica y Financiera que se implementaría de manera articulada durante los próximos años por los miembros de la Comisión e incluye lineamientos para fortalecer la educación financiera en la educación formal, la población vulnerable, la previsión para el retiro y protección de la

⁹⁹ Creada a través del Decreto 457 de 2014



vejez, los microempresarios, la población en etapa activa y factores de medición y evaluación de implementación de la estrategia.

Por su parte, la SFC continuó desarrollando el programa que la entidad creó para proveer educación financiera a los consumidores llamado "Aprenda con la Súper: sembrando cultura para la prevención" con el fin de capacitarlos sobre las funciones de protección al consumidor de la SFC, sus derechos y deberes y sobre diferentes temas relacionados con los productos y servicios financieros. El programa se desarrolla a través de diferentes estrategias, entre ellas: i) charlas, ii) material impreso y distribuido, iii) foros virtuales (con intercambio de mensajes de texto con funcionarios de la SFC) y iv) ferias nacionales de servicio al ciudadano. Durante 2016, los avances en cada una de las estrategias fueron los siguientes:



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Finalmente, la SFC continuó implementando la campaña en contra de la captación ilegal llamada "De eso tan bueno no dan tanto", dando recomendaciones a la población sobre las empresas que ejercen esta actividad, alertando sobre firmas que no están autorizadas para captar dineros del público y que sin serlo, declaran ser vigiladas por la SFC y sobre las entidades que sí son vigiladas y están autorizadas para hacer captación de recursos.

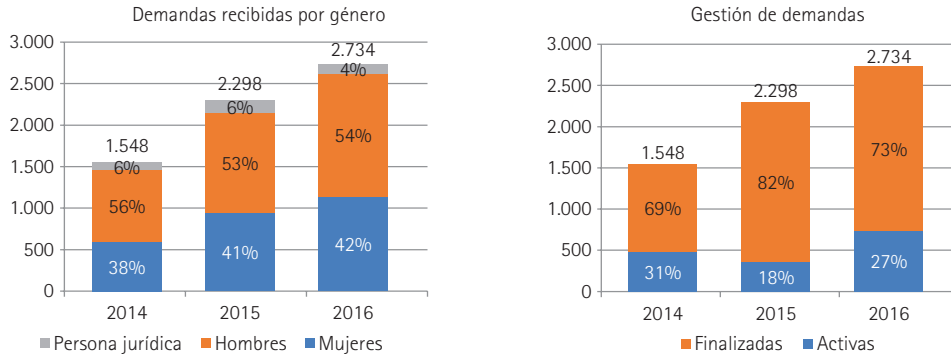
Durante 2016 se realizaron en total 30 alertas a la población por la identificación de falsas entidades vigiladas y esquemas piramidales a través de comunicados de prensa.

Ejercicio de las Facultades Jurisdiccionales

En 2016 la SFC, en ejercicio de las facultades otorgadas por el Ley 1480 de 2011, gestionó las demandas recibidas a través de la Delegatura para Funciones Jurisdiccionales, acumulando un total de 7.599 demandas recibidas desde abril de 2012. Durante 2016 se recibieron 2.734 demandas, número superior en 19% frente al año anterior. De ese total 54% fueron interpuestas por hombres, 42% por mujeres y 4% por personas jurídicas, tendencia que ha sido similar durante los últimos años.

En cuanto a la gestión por parte de la SFC durante el último año de las demandas recibidas, al terminar el año 73% del total se habían finalizado.

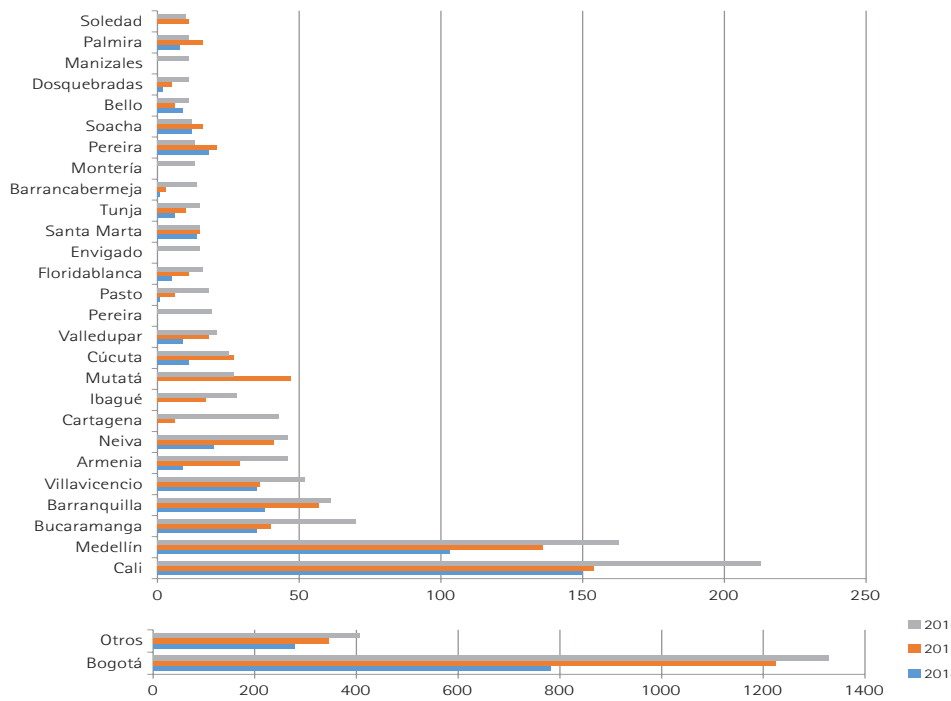
GRÁFICA 134: Demandas recibidas y gestión



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Desde la implementación de las facultades jurisdiccionales de la SFC, se ha puesto a disposición del público diferentes canales que permitan a los consumidores financieros interponer demandas desde cualquier ciudad. Durante 2016 se interpusieron demandas en alrededor de 200 ciudades diferentes y si bien la mayoría de demandas siguen interponiéndose en Bogotá, la participación sobre el total de demandas recibidas de otras ciudades continúa en aumento y algunas en las que no se accedía a este mecanismo en años previos, lo hicieron, entre ellas Manizales, Montería, Envigado y Pereira.

GRÁFICA 135: Demandas recibidas por ciudades

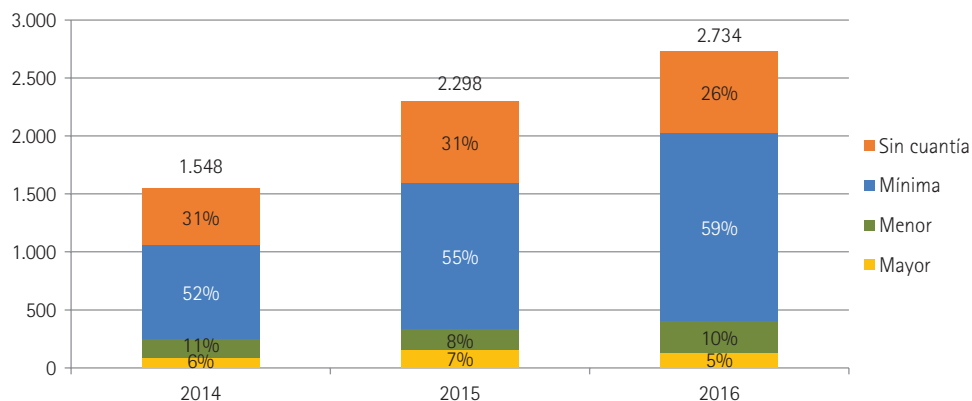


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia



Analizando la evolución de las demandas por cuantía, durante 2016 la proporción de demandas de mínima cuantía aumentó en 4pp, ubicándose en 59% y alcanzando 1.620 demandas¹⁰⁰. La posibilidad de interponer este tipo de demandas de manera verbal y sin necesidad de un abogado apoderado, facilita y agiliza el proceso para el consumidor.

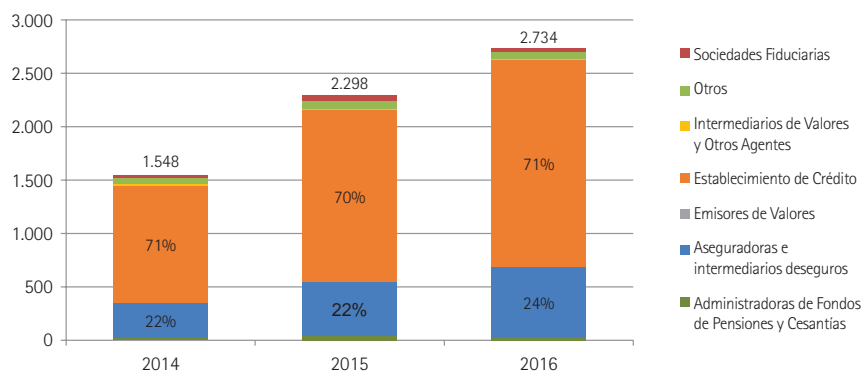
GRÁFICA 136: Demandas recibidas por cuantía



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Consecuentemente con la masividad de los productos ofrecidos y así como en años anteriores, la mayoría de las demandas en 2016 fueron interpuestas en contra de los establecimientos de crédito, concentrando 71% del total y 1.938 demandas, que aumentaron 21% frente a las demandas del año anterior. Por su parte, el sector asegurador aporta 24% del total de demandas y acumuló 662 demandas en el último año, aumentando 30% frente al 2015.

GRÁFICA 137: Demandas recibidas por sector



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

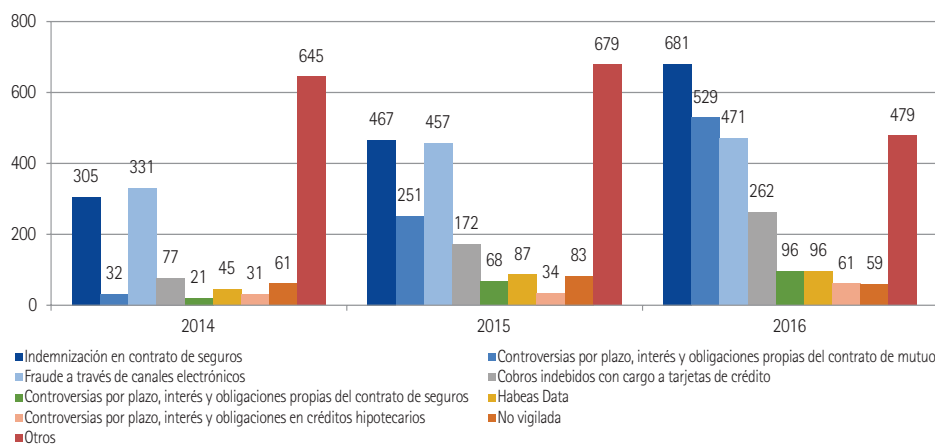
¹⁰⁰ Las demandas de mínima cuantía son aquellas cuyo valor es inferior a 40 SMMLV, no requieren de un abogado para su ejercicio y pueden interponerse de manera verbal. Las de menor cuantía son entre 40 y 150 SMMLV y mayor cuantía de más de 150 SMMLV y en ambos casos la demanda debe ser interpuesta de forma escrita.

El análisis de la clasificación de las demandas por motivo muestra que la razón más frecuente de insatisfacción de los consumidores está relacionada con el proceso de indemnización de contratos de seguros, con 25% (681) del total de las demandas y aumentando 46% frente al año anterior. A diferencia del año 2015,

en el que el segundo motivo de las demandas era el fraude a través de canales electrónicos, en 2016 las controversias por plazo, interés y obligaciones propias del contrato ocupó el segundo lugar con 19% (529) del total de demandas y un crecimiento de 111% frente a 2015, impulsado por los establecimientos de crédito. Por su parte, el fraude a través de canales electrónicos pasó de ocupar el primer al tercer motivo de demanda entre 2014 y 2016, acumulando el 17% (471) de las demandas en el último año.

En una menor escala, los motivos asociados a libranzas registraron demandas por primera vez en los tres últimos años, con 45 demandas en 2016.

GRÁFICA 138: Demandas recibidas por motivo

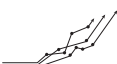


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Gestión de quejas

Los consumidores tienen a su disposición diferentes instancias para interponer las quejas que se deriven de las inconformidades que éstos tengan en su relación con las entidades financieras vigiladas por la SFC: las mismas entidades, los defensores del consumidor financiero y la SFC. Dentro de los deberes y responsabilidades de las entidades vigiladas y defensores, está no sólo dar atención oportuna a las quejas recibidas, sino también ofrecer para su interposición un procedimiento de "quejas exprés", que es un mecanismo establecido por la SFC desde 2015 para optimizar los tiempos de respuesta hacia los consumidores financieros para quejas que por sus características pueden ser atendidas en un menor tiempo posible, entre ellas que sean de hechos recurrentes, sean interpuestas por personas en situación especial de protección, sean consideradas de pequeñas causas o sean presentadas por vulneración del derecho de hábeas data. Las quejas atendidas bajo el mecanismo de quejas exprés tienen un término de cinco días hábiles¹⁰¹.

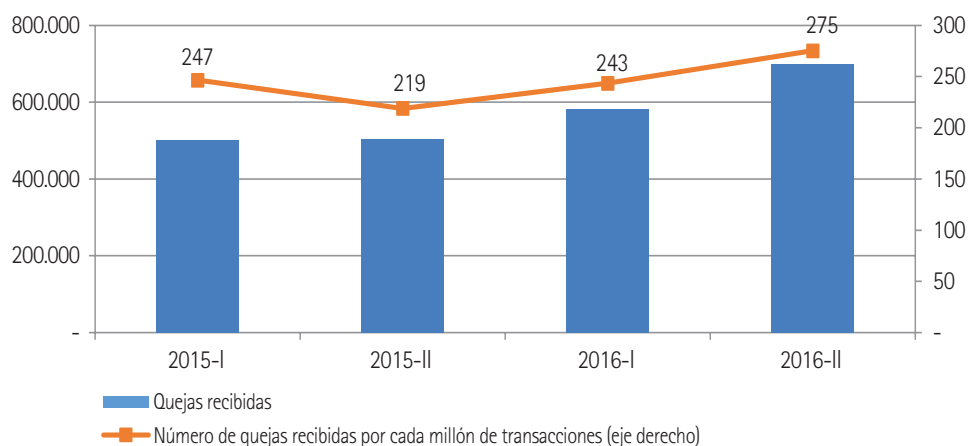
101 Circular Básica Jurídica, Parte I, Título IV, Capítulo III



De manera trimestral, la SFC recibe y consolida la información de las quejas radicadas ante las entidades y en los defensores a través de formatos estandarizados, que permiten hacer seguimiento a la evolución de la insatisfacción de los consumidores frente a los productos y servicios ofrecidos. Durante 2016, se recibieron 1.280.094 quejas en conjunto entre entidades vigiladas y defensores del consumidor financiero, superior en 27% a 2015 cuando fueron 1.004.782.

Analizando el número de quejas recibidas por cada millón de transacciones en todos los canales del sistema financiero (tanto monetarias como no monetarias), es posible observar que entre el segundo semestre de 2015 y 2016, el indicador tuvo una tendencia positiva, alcanzando para el último semestre 275 quejas por cada millón de transacciones. Esto indica que el número de quejas recibidas tuvo mayores incrementos frente al aumento de la utilización de los diferentes canales del sistema financiero y por lo tanto, existió un mayor descontento por parte de los consumidores financieros frente a los productos y servicios ofrecidos.

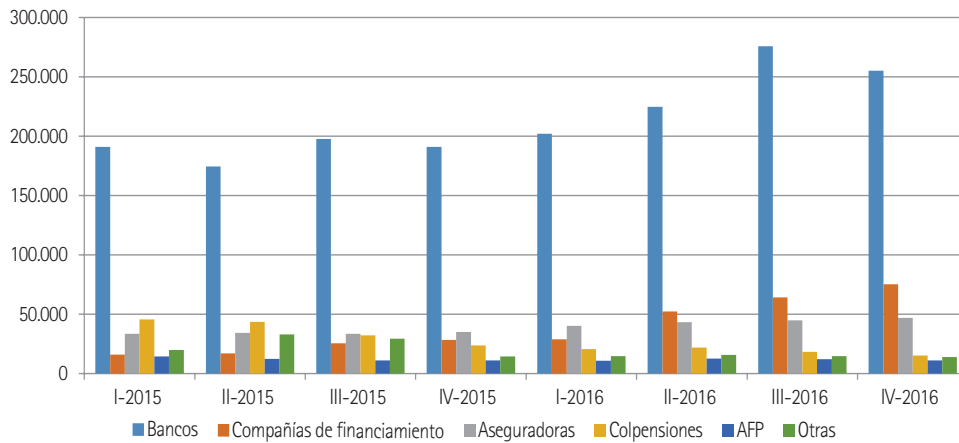
GRÁFICA 139: Quejas recibidas totales y por cada 1.000.000 de transacciones



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Teniendo en cuenta el total de quejas por resolver, es decir, la suma de las quejas recibidas con las que se encontraban pendientes durante el periodo anterior, durante 2016 la mayoría se concentraron en bancos con 62% del total. A diferencia de 2015, en 2016 el segundo tipo de entidad con la mayor cantidad de quejas por resolver, particularmente desde el segundo trimestre del año, fueron las compañías de financiamiento debido a que sus quejas aumentaron en 134% frente a 2015 y se ubicaron en 181.539 en 2016. Este comportamiento se debió, principalmente, a una entidad cuyas quejas recibidas en contra aumentaron 174% entre ambos años y representaron el 80% del total de quejas recibidas en contra de las compañías de financiamiento en 2016.

GRÁFICA 140: Quejas por resolver por tipo de entidad

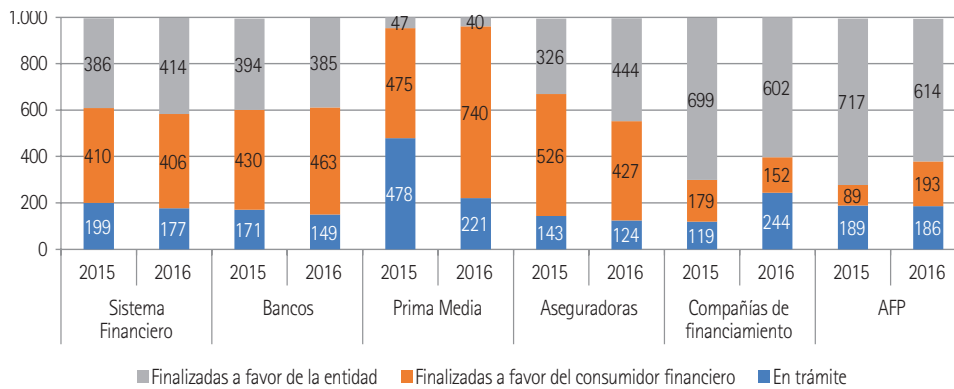


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

En cuanto a la gestión de las quejas durante 2016 por parte de entidades financieras y defensores del consumidor, en general el promedio trimestral del número de quejas finalizadas por cada 1.000 por resolver aumentó entre 2015 y 2016 especialmente para los bancos (pasando de 824 a 848 quejas finalizadas) y Colpensiones (pasando de 522 a 780), mostrando una mayor eficiencia en el proceso de atención.

Sobre la decisión a favor del consumidor en la finalización de quejas, los bancos, Colpensiones y las Administradoras de Fondos de Pensiones y Cesantías aumentaron las quejas finalizadas, pasando de 430 a 463, 475 a 740 y 89 a 193, respectivamente, entre 2015 y 2016. Por su parte, las quejas finalizadas de aseguradoras a favor del consumidor disminuyeron, pasando de 526 a 427 por cada 1.000 por resolver.

GRÁFICA 141: Quejas finalizadas por cada 1.000 por resolver por tipo de entidad (Promedio trimestral)

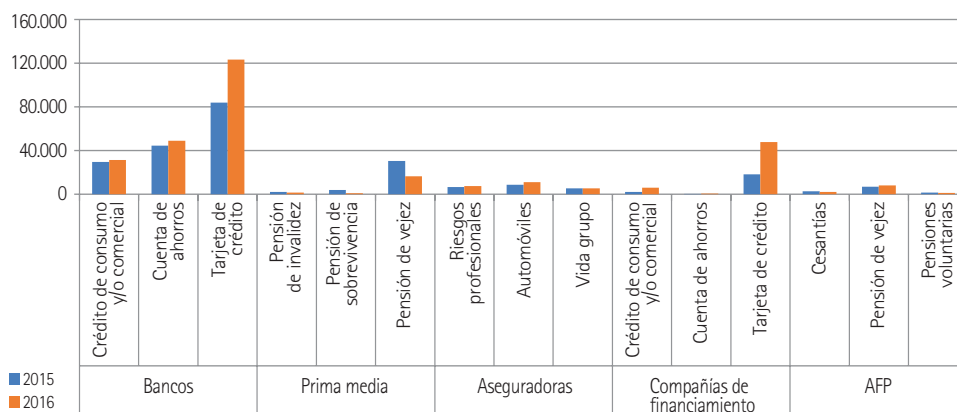


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia



El análisis del promedio trimestral del número de quejas por resolver por entidad y producto permite evidenciar que, en el caso de los bancos, así como en 2015 la mayoría de las quejas estuvieron asociadas a tarjetas de crédito y en menor medida a cuentas de ahorro y crédito comercial y/o de consumo. En el primer caso, el número promedio de quejas por resolver por trimestre aumentó en 39.433 entre 2015 y 2016. Este comportamiento también se presentó en el caso de las compañías de financiamiento, en las que el número de quejas por tarjetas de crédito aumentó en 29.381 en este mismo periodo.

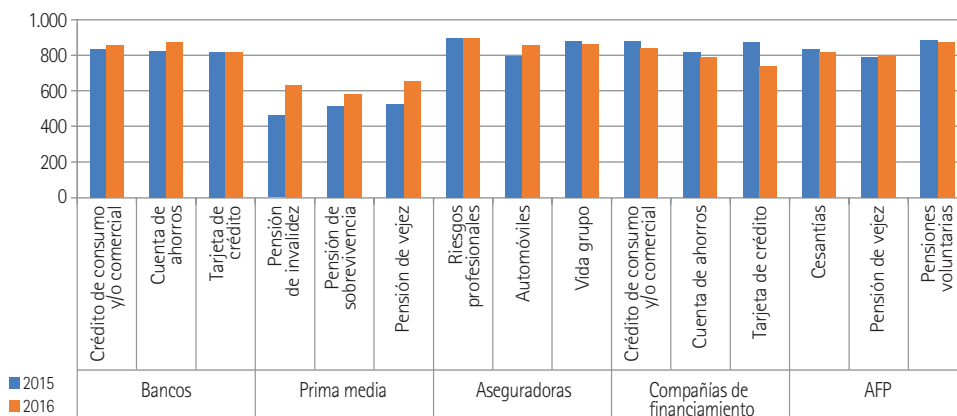
GRÁFICA 142: Quejas por resolver de los productos principales por tipo de entidad (Promedio trimestral)



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Si bien el número de quejas por resolver aumentó de manera significativa en el caso de los bancos, la gestión en la finalización de quejas aumentó en el caso de sus tres productos principales, destacándose sobre todos ellos la finalización de quejas relacionadas con tarjetas de crédito. También es de destacar un comportamiento positivo en Colpensiones al mostrar una mayor finalización de quejas por cada 1.000 por resolver relacionadas con la pensión de invalidez y sobrevivencia.

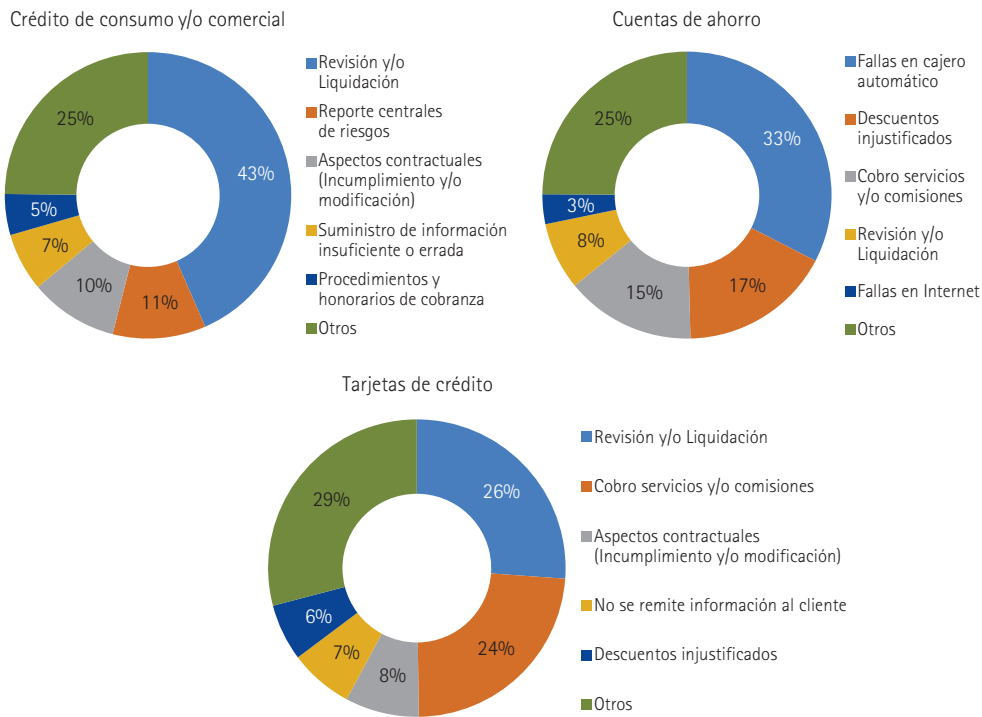
GRÁFICA 143: Quejas finalizadas por tipo de entidad y producto



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Profundizando sobre los motivos de las quejas en los productos más importantes dentro del total de quejas por resolver, para créditos de consumo la queja más frecuente se debió a aspectos de revisión y/ liquidación del producto (43%), seguida por el reporte en centrales de riesgo (11%) y el incumplimiento y/o modificación de aspectos contractuales (10%). En el caso de las cuentas de ahorro, el número de quejas más significativo estuvo relacionado con fallas en cajero automático (33%), seguidas por descuentos injustificados (17%) y el cobro de servicios y/o comisiones (15%). Finalmente, en el caso de tarjetas de crédito y de manera similar al crédito de consumo y/o comercial, la queja más frecuente fue por la revisión y/o liquidación de las condiciones del producto (26%), en este caso seguida por el cobro de servicios y/o comisiones (24%) y por el incumplimiento y/o modificación de aspectos contractuales (8%).

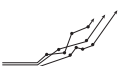
GRÁFICA 144: Motivo de quejas para los principales productos en 2016



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Conclusiones

- Los cambios en la oferta de productos y servicios financieros a raíz de la evolución de los sistemas financieros y cambios en las preferencias de los consumidores, ponen un reto en frente desde para la regulación y supervisión desde la protección al consumidor financiero, exigiéndoles que éstos se acoplen a las nuevas condiciones de mercado. La regulación y supervisión colombiana se está fortaleciendo para responder a la digitalización del sistema financiero.



- Durante 2016, se obtuvieron diferentes avances en el frente normativo de protección al consumidor, destacándose entre ellos el establecimiento de condiciones aplicables a las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos, obligaciones a cumplir por las entidades vigiladas frente al consumidor ante la ocurrencia de interrupciones en la prestación de servicios financieros e instrucciones sobre la obligación de suministro de información a los consumidores sobre el Valor Total Unificado de productos activos y pasivos, de tal forma éstos puedan comparar fácilmente entre diferentes productos y entidades.
- A nivel internacional, Colombia es reconocida por generar un marco regulatorio único para la protección de los consumidores del sector financiero. Estos avances se plasman al hacer la comparación de la regulación vigente con los criterios de medición de indicadores internacionales de inclusión financiera en su dimensión de calidad, en los cuales el país se desempeña satisfactoriamente. No obstante, existe oportunidad de continuar fortaleciendo la divulgación de información al consumidor a través de formatos únicos que le permitan comparar información relevante entre productos en etapa precontractual.
- En términos de educación financiera, se destaca su relevancia para generar una inclusión financiera que genere valor agregado para el consumidor. No obstante, ésta debe estar acompañada de una proactividad del consumidor por sacar el mayor provecho de la información sobre los productos de tal forma que genere una capacidad financiera tal que le permita tomar decisiones financieras acertadas y para su mayor beneficio.
- La SFC continuó desarrollando los programas de educación financiera a través de sus cuatro estrategias (charlas, material impreso, foros virtuales y ferias nacionales) y en su campaña en contra de la captación ilegal. También participó, en conjunto con otras entidades del Gobierno Nacional, en la creación de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera en el marco de la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera.
- En relación al ejercicio de sus facultades jurisdiccionales, la SFC continuó resolviendo las demandas interpuestas por los consumidores que, así como años anteriores, aumentaron en 2016 frente a 2015 y se ubicaron en 2.734 demandas en el último año. En esta ocasión fue posible discriminar las cifras de demandas recibidas a nivel de género del demandante, mostrando una mayor participación las demandas de hombres que de mujeres y personas jurídicas, con 54% del total. Los establecimientos de crédito continúan agrupando la mayor cantidad de demandas, con 74% y 1.938 demandas en 2016.

- En el frente de quejas recibidas en entidades vigiladas y defensores del consumidor financiero, el 2016 se caracterizó por un aumento importante en el número de quejas recibidas impulsado por los establecimientos de crédito y las compañías de financiamiento. Este comportamiento se debió, principalmente, a quejas derivadas de inconvenientes en la prestación del servicio de tarjetas de crédito tras las fallas presentadas en las plataformas tecnológicas de dos entidades.

Recuadro 6: Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (EEF)

A mediados de 2017, el Gobierno colombiano presentó la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (EEF) como resultado de un esfuerzo conjunto entre las diferentes instancias públicas que conforman la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera¹⁰², con el apoyo técnico del Banco Mundial y la participación de la Subcomisión Consultiva¹⁰³.

A través de la Estrategia Nacional de EEF se definió una hoja de ruta con objetivos y líneas de acción claras que se espera permitan de manera coordinada y eficiente, elevar el conocimiento, capacidades y habilidades de los colombianos en aspectos relacionados con temas económicos y financieros que les brinden herramientas para administrar mejor sus finanzas personales, gestionar los riesgos que enfrentan y tomar decisiones informadas.

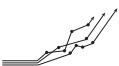
La necesidad de desarrollar una Estrategia Nacional de EEF se hizo evidente, entre otras cosas, como consecuencia de varios diagnósticos en los que se concluyó que los colombianos presentan bajos indicadores en torno a sus conocimientos y habilidades económicas y financieras, a pesar de que en el país existen numerosas iniciativas públicas y privadas orientadas a fortalecer estos temas¹⁰⁴.

Dentro de los diagnósticos realizados se destacan el del Banco Mundial (2012) que concluye que hay diferencias entre la conducta prevista y la conducta real de los colombianos. Por ejemplo, mientras el 94% afirmó elaborar un presupuesto, apenas el 23% conocía con claridad el valor de sus gastos. Similarmente, mientras al 88% de los encuestados les preocupaba su situación financiera en la vejez, apenas el 41% estaba realizando acciones concretas para protegerse en esta etapa de la vida.

102 Esta Comisión fue creada mediante el Decreto 457 de 2014, como una instancia para generar lineamientos, metodologías de trabajo y mecanismos de gestión y coordinación entre las diversas entidades públicas y privadas que tienen que ver con la política pública de educación económica y financiera. Está conformada por 8 subcomisiones a saber: i) técnica, ii) población en educación formal, iii) población en etapa productiva activa, iv) población vulnerable, v) microempresarios, vi) previsión para el retiro y protección para la vejez, vii) medición y evaluación y viii) subcomisión consultiva, esta última como instancia de articulación de la Comisión Intersectorial de Educación Económica y Financiera con el sector privado.

103 La Subcomisión Consultiva está conformada por representantes del sector privado, su función es dar retroalimentación y sugerencias a la Comisión Intersectorial en diversos temas relacionados con la implementación de la Estrategia Nacional para la Educación Económica y Financiera.

104 De acuerdo con el mapeo más reciente realizado por el Banco de la República (2013), en Colombia hay alrededor de 113 instituciones desarrollando 290 iniciativas de educación económica y financiera. Este mapeo identificó algunas debilidades comunes en los diversos programas en curso, tales como: i) pocas alianzas, ii) deficiente asesoría técnica y iii) poca o nula evaluación y monitoreo de las iniciativas.

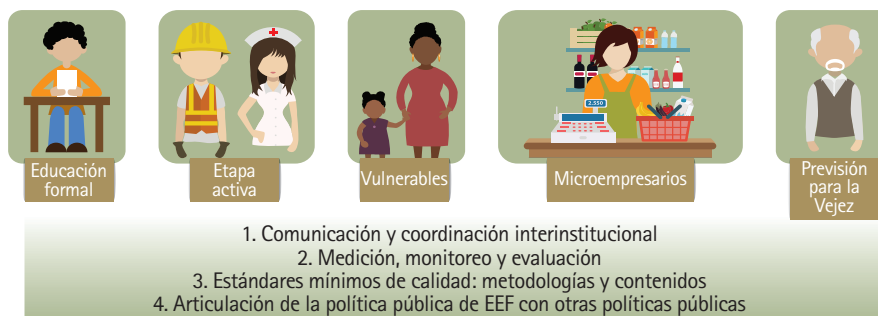


Por otra parte, el Estudio realizado por la Corporación Andina de Fomento – CAF y el Banco de la República (2013) destaca que aunque los colombianos obtienen altas puntuaciones a nivel de conceptos económicos y financieros se desempeñan pobremente a nivel de capacidades financieras, esto se evaluó al requerir a los encuestados realizar cálculos concretos como el de tasas de interés.

Similarmente, a partir de los resultados obtenidos por los estudiantes colombianos que participaron de las pruebas internacionales PISA (2012), se concluyó que los estudiantes de educación media y secundaria obtuvieron menores puntajes comparados con los de otros países con un nivel de desarrollo similar y frente a los resultados de los estudiantes de los países de la OCDE.

En línea con estos diagnósticos y siguiendo las recomendaciones de la OCDE, la Estrategia Nacional de EEF de Colombia fue planteada bajo principios orientadores básicos y segmentando a la población en cinco grupos como lo describe el siguiente esquema:

GRÁFICA 145: Principios orientadores y grupos poblacionales priorizados en la Estrategia Nacional de EEF de Colombia



Fuente: Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia, elaboración BdO

Para cada segmento de poblacional priorizado se definió un plan de acción, que se complementa con un conjunto de acciones transversales y con la conformación de un sistema de medición, evaluación y monitoreo de las iniciativas que se desarrollen en el marco de la Estrategia.

A continuación se presentan dos esquemas, uno que resume las acciones transversales y otro que enuncia los principales aspectos que se desarrollarán en los planes de trabajo definidos para cada grupo poblacional. Como será evidente, varios aspectos a trabajar en los diversos planes de trabajo en cada uno de los grupos poblacionales priorizados son comunes y guardan estrecha relación con los principios orientadores generales definidos en la Estrategia de EEF de Colombia.

GRÁFICA 146: Acciones transversales



Fuente: Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia, elaboración BdO

En línea con las acciones transversales, cada subcomisión a cargo de liderar la implementación de la Estrategia de EEF en los diversos grupos poblacionales definió un plan de acción, cuyos elementos básicos se sintetizan en el siguiente esquema.

Educación formal	Etapa activa	Vulnerables	Microempresarios	Previsional y vejez
Medición de capacidades	Desarrollo de estrategia digital con apoyo del sitio web "Pesosensados"	Medición y evaluación de las iniciativas	Cooperación y articulación público-privada	Identificación de programas existentes en temas pensionales
Desarrollo de material de apoyo	Evaluación de la estrategia digital	Cooperación y articulación público-privada	Desarrollo de metodologías y contenidos	Desarrollo de alianzas
Definición de lineamientos pedagógicos		Canales de comunicación de la Estrategia, incluido el digital	Definición y cumplimiento de estándares de calidad	Divulgación del esquema de Beneficios Económicos Periódicos -BEPS
Mobilización de las instituciones educativas para la implementación de la Estrategia		Desarrollo de metodologías y contenidos	Formación de formadores	Desarrollo de estrategia conjunta con el Ministerio de Trabajo
		Formación de formadores	Metodologías con enfoque hacia el microempresario rural	Formación de maestros que impacte a toda la población empezando por niños y jóvenes
				Desarrollo de material pedagógico

Fuente: Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia, elaboración BdO

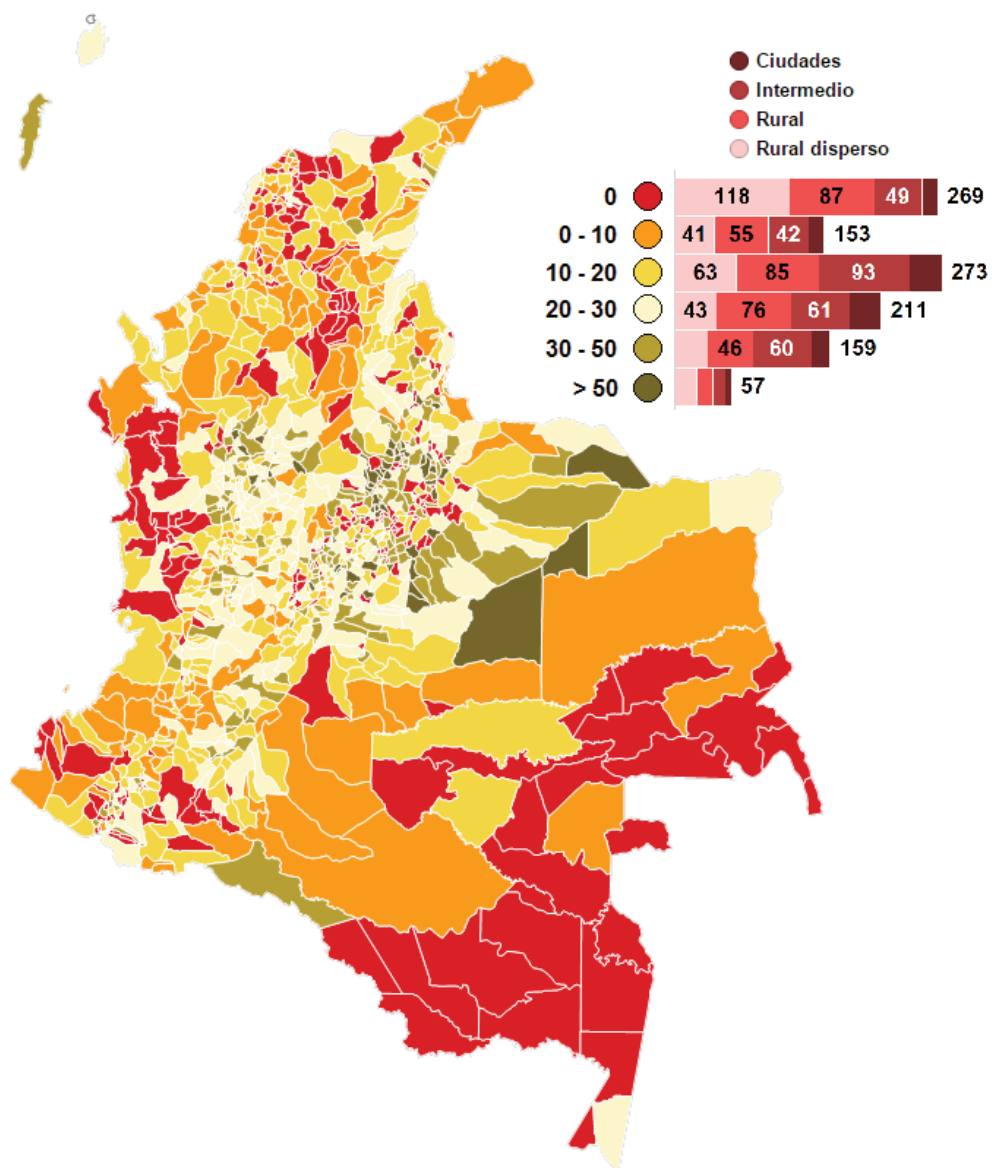
Como acción transversal a las ya mencionadas, la estrategia tiene previsto que el Banco de la República lidere los procesos de medición, monitoreo y evaluación, mecanismo que resultará esencial en las actividades de documentación, generación de indicadores y seguimiento de las metas planteadas por la Estrategia en su conjunto.

Anexos

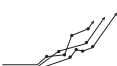


Anexos Capítulo 1

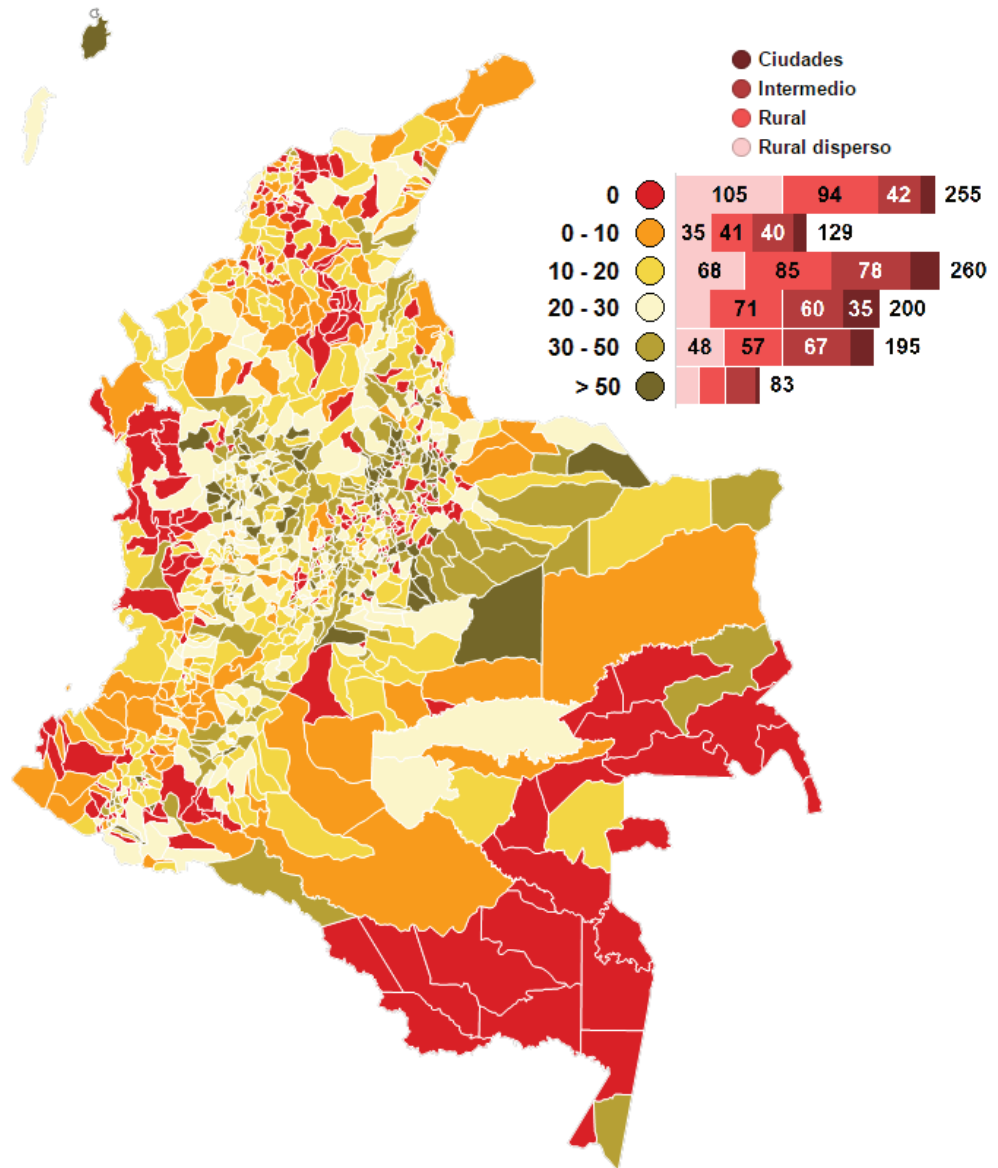
ANEXO 1: Oficinas por 100.000 adultos – año 2012



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

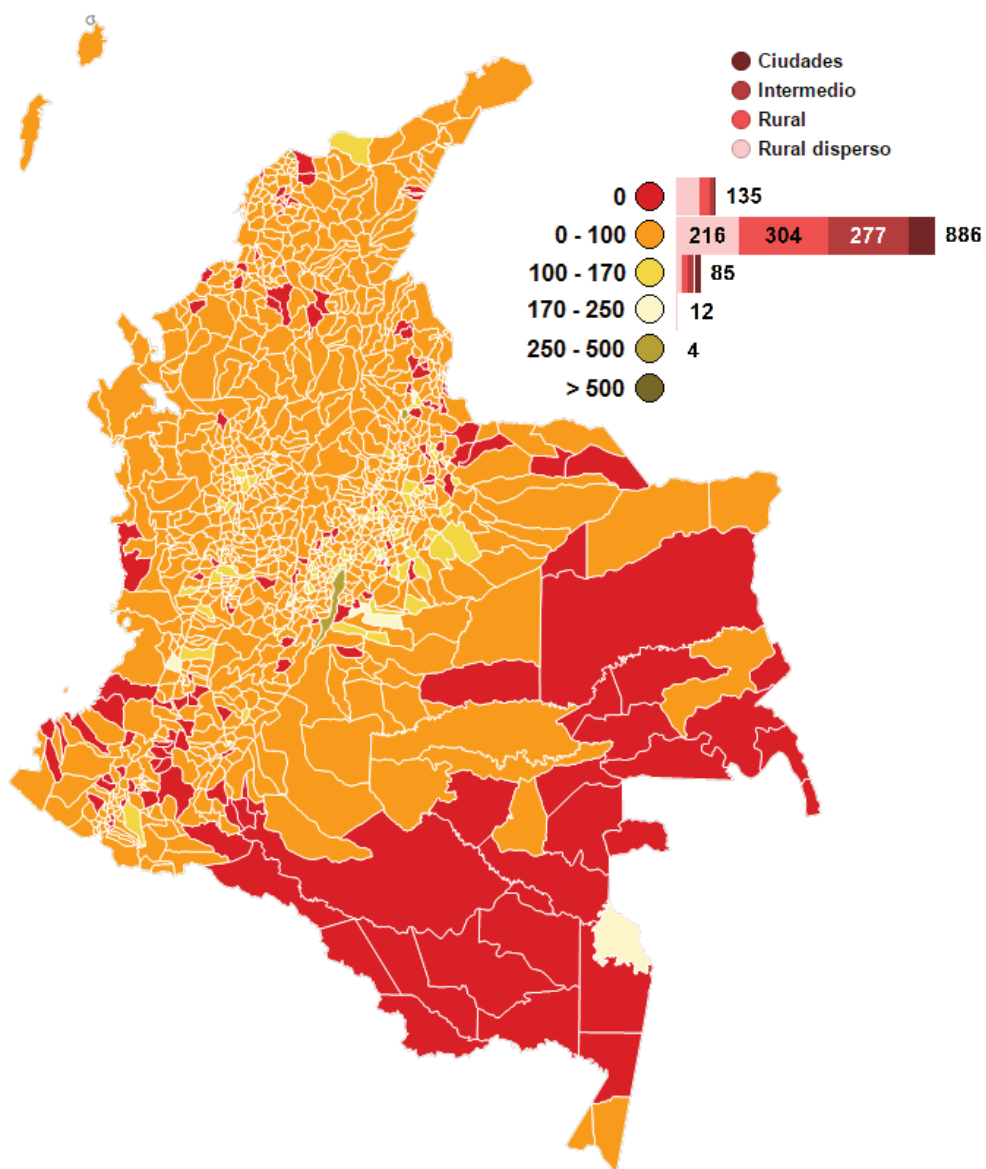


ANEXO 2: Oficinas por 100.000 adultos – año 2016



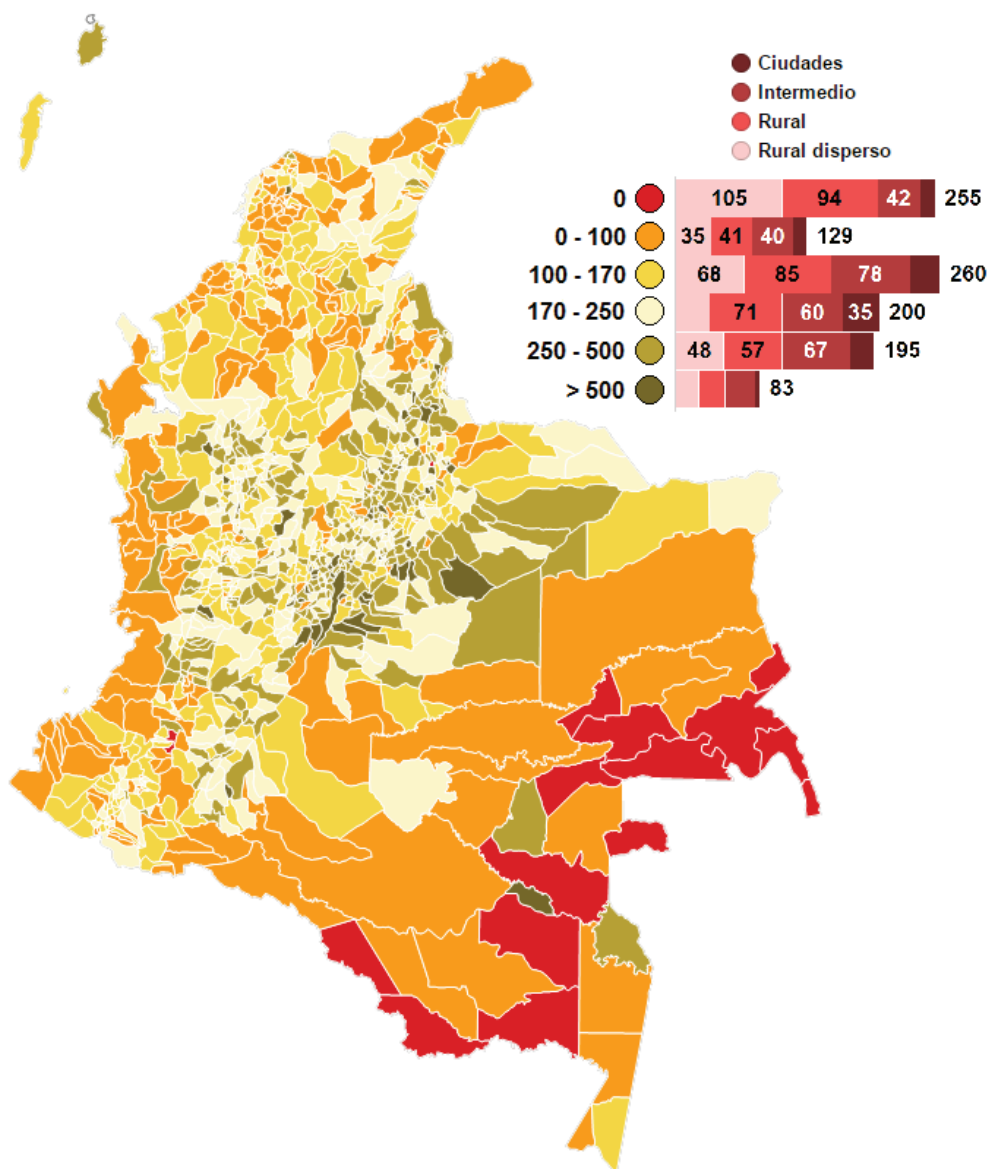
Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

ANEXO 3: Corresponsales por 100.000 adultos – año 2012



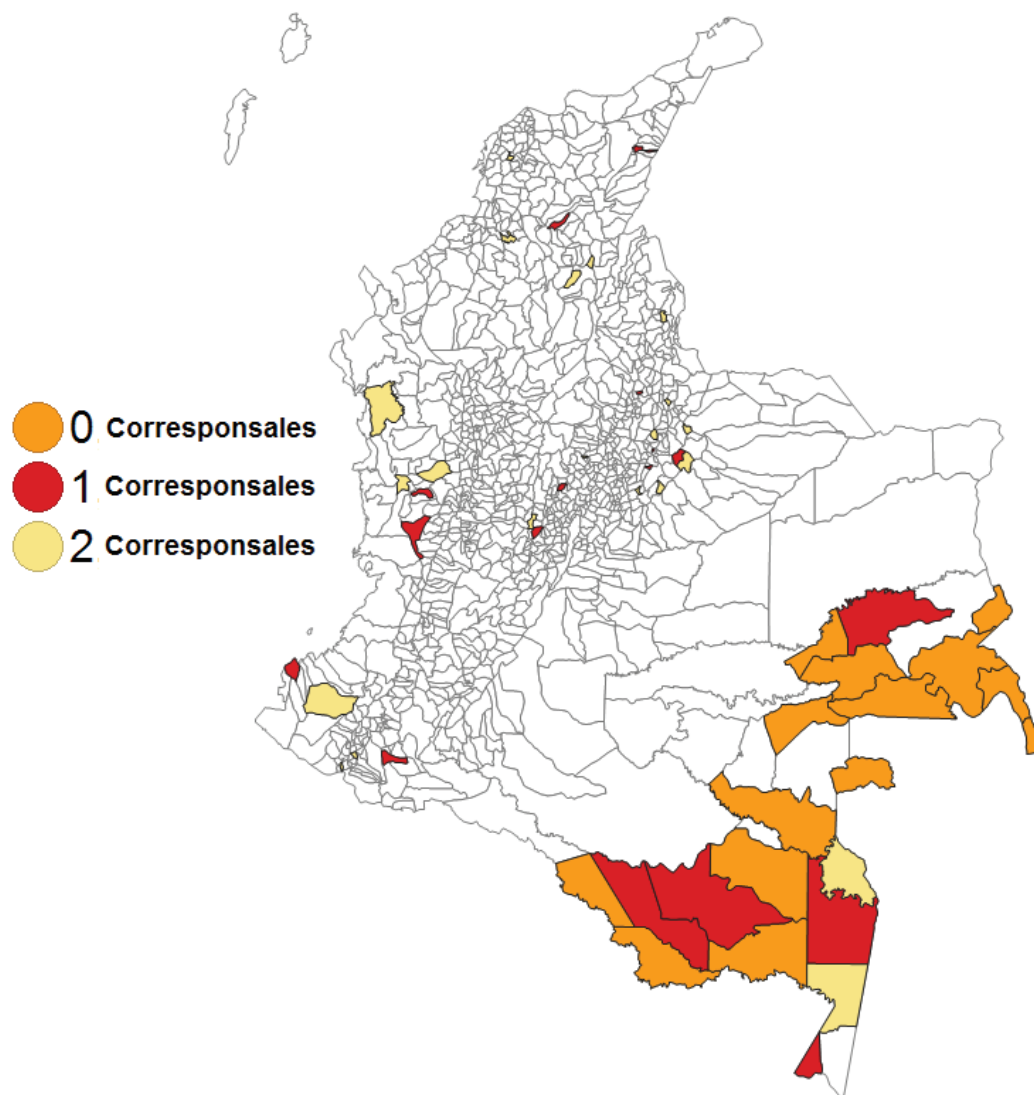
Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

ANEXO 4: Corresponsales por 100.000 adultos – año 2016



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

ANEXO 5: Cobertura financiera frágil¹⁰⁵ – año 2016



Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

105 Para efectos de este anexo, los municipios de cobertura financiera frágil son aquellos cuyo único punto de acceso al sistema financiero consiste en uno o dos corresponsales y no tienen presencia de oficinas financieras.

ANEXO 6: Detalle de los municipios con cobertura financiera frágil a Dic-2016

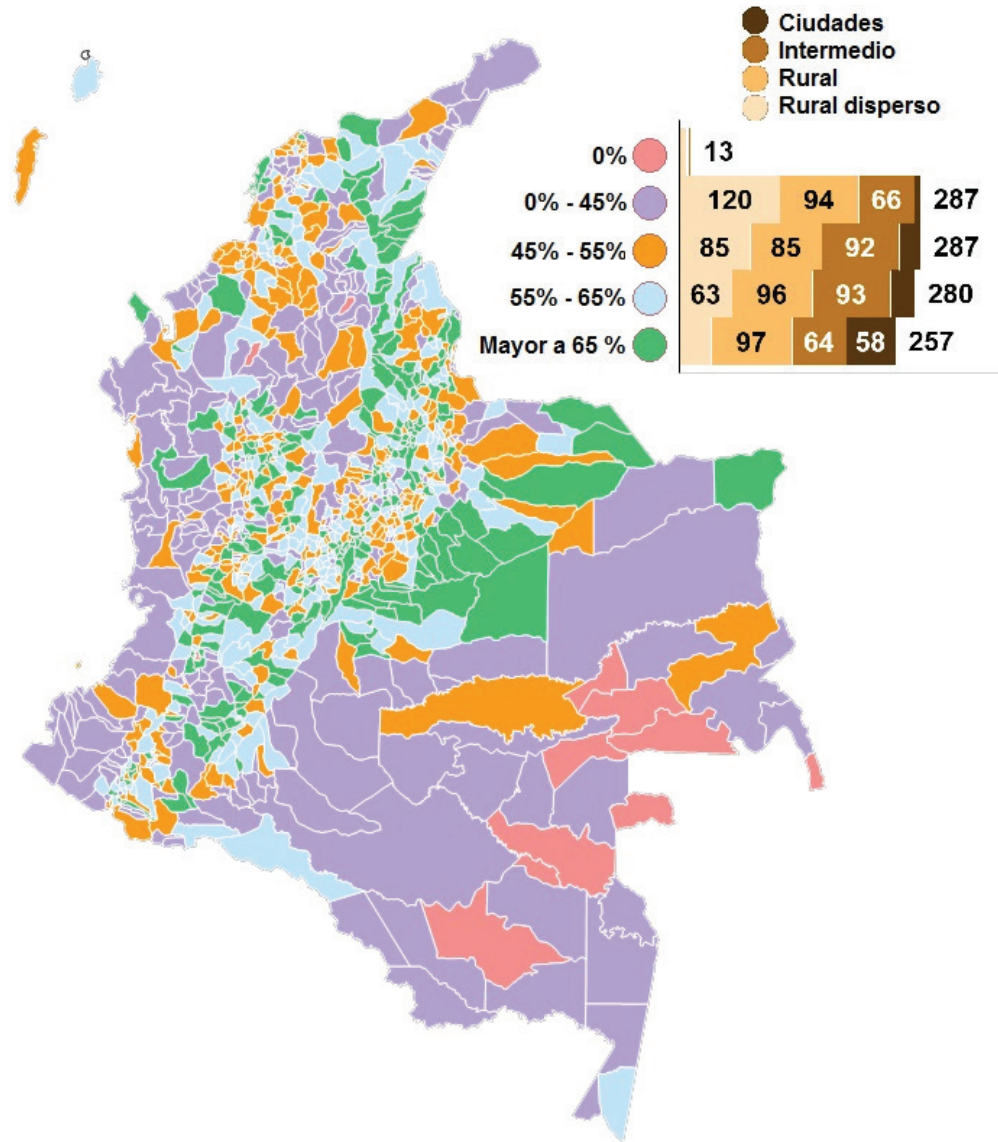
Al terminar el año, 38 municipios fueron catalogados con cobertura frágil: 3 intermedios, 10 municipios rurales y 25 municipios rurales dispersos.

Clasificación de ruralidad	Departamento	Municipio	Población adulta	# CB
Intermedio	Bolívar	Regidor	6.103	2
		Soplaviento	5.805	2
	Sucre	El Roble	6.765	2
Rural	Nariño	Aldana	4.362	2
		Imués	4.272	2
		Mosquera	8.952	1
	Bolívar	Norosí	2.868	2
	Boyacá	Busbanzá	849	1
	Chocó	El Cantón del San Pablo	4.858	2
	La Guajira	La Jagua	2.179	1
	N. de Santander	Santiago	1.858	2
	Casanare	Recetor	2.516	2
Putumayo	Santiago	6.722	1	
Rural disperso	Boyacá	Berbeo	1.137	2
		Cúitiva	1.295	1
		Paya	1.728	2
		Pisba	873	1
		Tununguá	1.250	2
		Tutazá	1.402	2
	Cundinamarca	Beltrán	1.491	2
		El Peñón	3.469	1
		Jerusalén	1.672	1
	Chocó	Bagadó	4.473	2
		Bojayá	5.612	2
		Río Iró	5.509	1
		Sipí	2.284	1
	Magdalena	San Zenón	5.472	1
	Nariño	Magüi	13.107	2
	Santander	Jordán	765	1
		San Miguel	1.650	2
	Casanare	La Salina	893	2
	Amazonas	La Chorrera	2.086	1
La Pedrera		2.541	1	
Puerto Nariño		4.120	1	
Puerto Santander		1.589	1	
Tarapacá		2.096	2	
Guainía	Barranco Minas	2.686	1	
Vaupés	Taraira	424	2	

Fuentes: DANE, DNP, Superintendencia Financiera de Colombia, Superintendencia de Economía Solidaria y ONG microcrediticias - elaboración Banca de las Oportunidades.

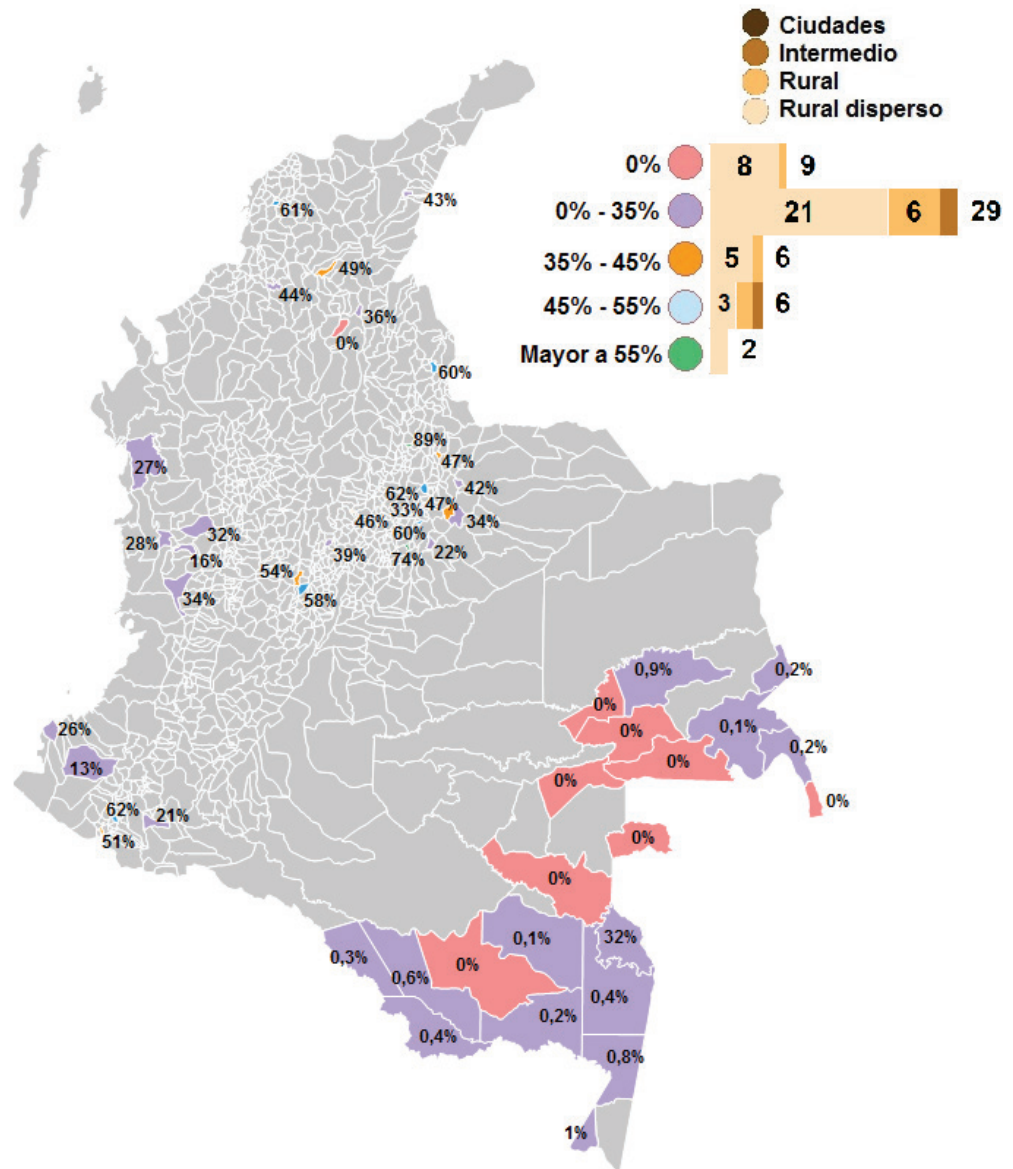
Anexos Capítulo 2

ANEXO 7: %Adultos con algún producto activo



Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

ANEXO 8: %Adultos con algún producto activo en municipios de cobertura financiera frágil¹⁰⁶



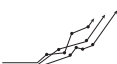
106 Se entiende como municipios con cobertura financiera frágil, aquellos que tienen 1 o 2 corresponsales como únicos puntos de acceso al sistema financiero.

Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

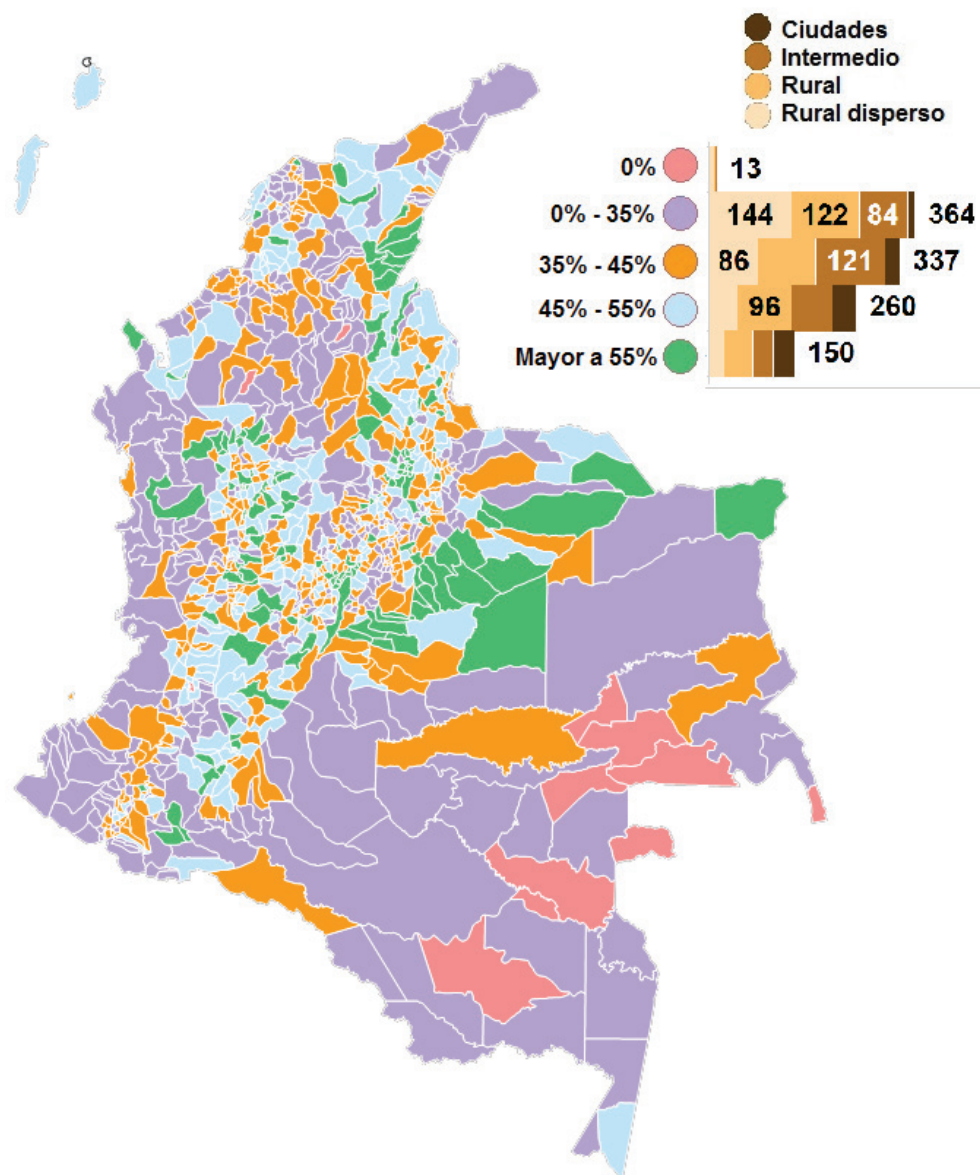
ANEXO 9: Municipios de cobertura financiera frágil – Detalle

Departamento	Municipio	Ruralidad	#Adultos	% adultos algún producto activo
Amazonas	Mirití - Paraná	Rural disperso	808	0,1%
Amazonas	Puerto Alegría	Rural disperso	929	0,3%
Amazonas	Puerto Arica	Rural disperso	610	0,2%
Amazonas	Tarapacá	Rural disperso	2.096	0,8%
Amazonas	Puerto Nariño	Rural disperso	4.120	1,0%
Amazonas	El Encanto	Rural disperso	2.534	0,4%
Amazonas	La Pedrera	Rural disperso	2.541	0,4%
Amazonas	La Chorrera	Rural disperso	2.086	0,6%
Amazonas	Puerto Santander	Rural disperso	1.589	0,0%
Bolívar	Regidor	Intermedio	6.103	36,1%
Bolívar	Soplaviento	Intermedio	5.805	61,1%
Bolívar	Norosi	Rural	2.868	0,0%
Boyacá	Berbeo	Rural disperso	1.137	73,7%
Boyacá	Paya	Rural disperso	1.728	34,1%
Boyacá	Busbanzá	Rural	849	33,0%
Boyacá	Tununguá	Rural disperso	1.250	45,9%
Boyacá	Tutazá	Rural disperso	1.402	61,6%
Boyacá	Pisba	Rural disperso	873	47,4%
Boyacá	Cuitiva	Rural disperso	1.295	59,5%
Casanare	La Salina	Rural disperso	893	41,9%
Casanare	Recetor	Rural	2.516	22,4%
Chocó	Bojaya	Rural disperso	5.612	26,6%
Chocó	Bagadó	Rural disperso	4.473	31,7%
Chocó	El Cantón Del San Pablo	Rural	4.858	28,3%
Chocó	Río Iro	Rural disperso	5.509	15,9%
Chocó	Sipí	Rural disperso	2.284	34,3%
Cundinamarca	Beltrán	Rural disperso	1.491	54,4%
Cundinamarca	El Peñón	Rural disperso	3.469	38,9%
Cundinamarca	Jerusalén	Rural disperso	1.672	58,0%
Guainía	San Felipe	Rural disperso	1.295	0,2%
Guainía	Puerto Colombia	Rural disperso	2.863	0,1%
Guainía	Cacahual	Rural disperso	1.326	0,2%
Guainía	Barranco Minas	Rural disperso	2.686	0,9%
Guainía	Mapiripana	Rural disperso	1.541	0,0%
Guainía	La Guadalupe	Rural disperso	197	0,0%
Guainía	Pana Pana	Rural disperso	1.578	0,0%
Guainía	Morichal	Rural disperso	672	0,0%
La Guajira	La Jagua Del Pilar	Rural	2.179	42,8%
Magdalena	San Zenón	Rural disperso	5.472	48,8%
Nariño	Mosquera	Rural	8.952	26,1%
Nariño	Magüi	Rural disperso	13.107	13,4%
Nariño	Imués	Rural	4.272	62,4%
Nariño	Aldana	Rural	4.362	51,5%
Norte de Santander	Santiago	Rural	1.858	59,8%
Putumayo	Santiago	Rural	6.722	21,2%
Santander	Jordán	Rural disperso	765	89,4%
Santander	San Miguel	Rural disperso	1.650	47,3%
Sucre	El Roble	Intermedio	6.765	44,1%
Vaupés	Taraira	Rural disperso	424	32,3%
Vaupés	Pacoa	Rural disperso	3.251	0,0%
Vaupés	Papunaua	Rural disperso	454	0,0%
Vaupés	Yavaraté	Rural disperso	664	0,0%

Fuente: DANE, DNP, TransUnion – elaboración BdO.

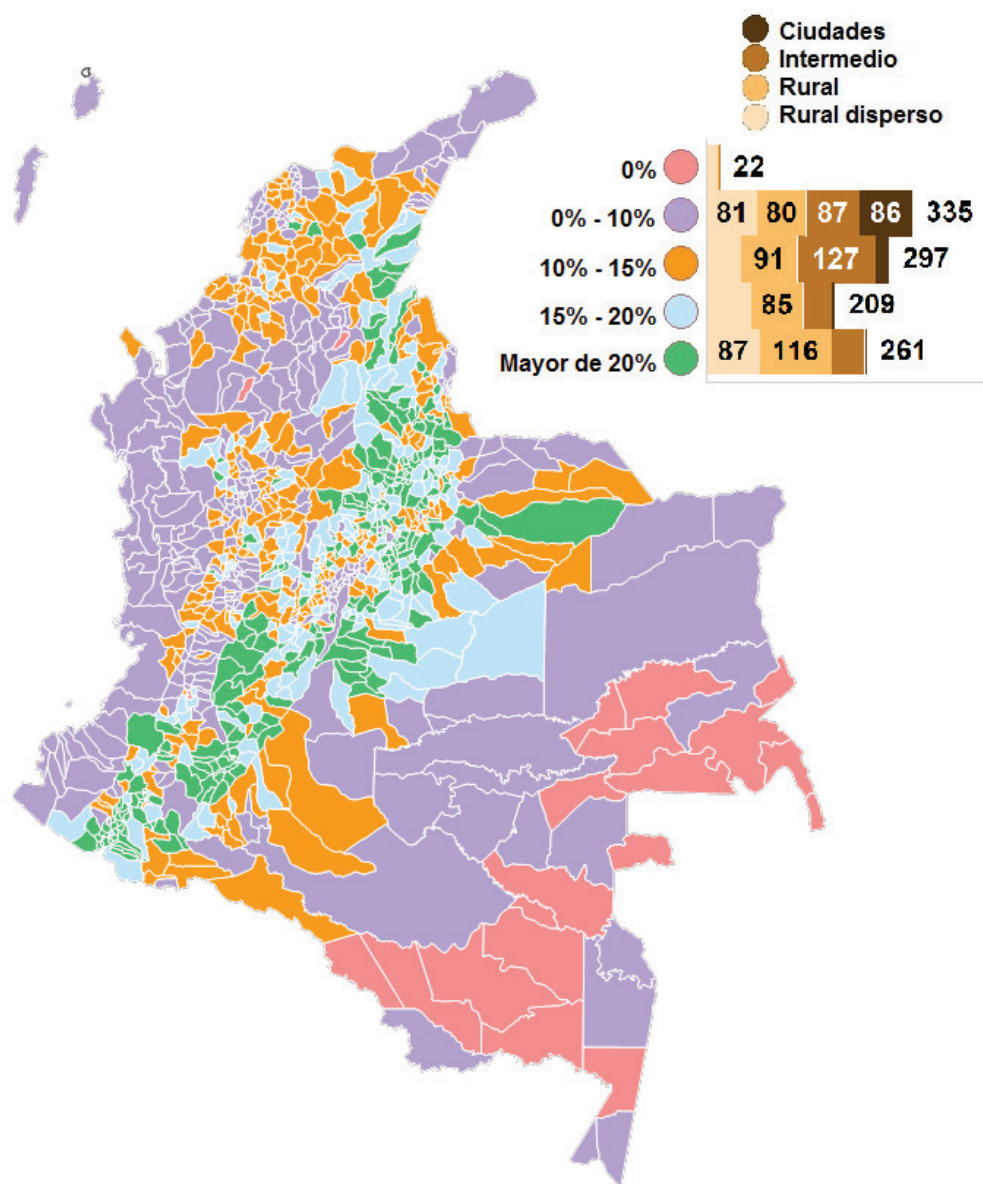


ANEXO 10: %Adultos con cuenta de ahorros activa



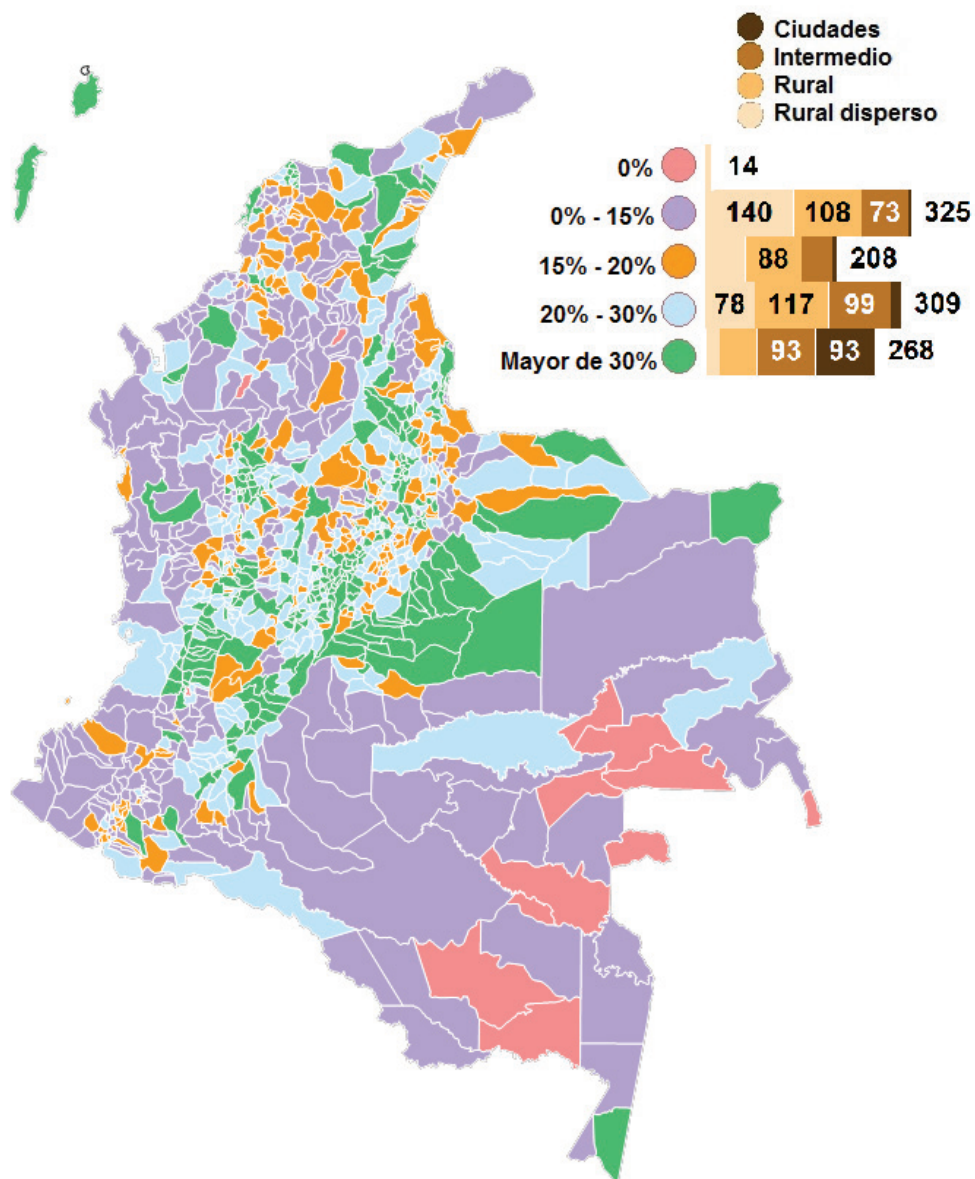
Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

ANEXO 11: %Adultos con microcrédito vigente



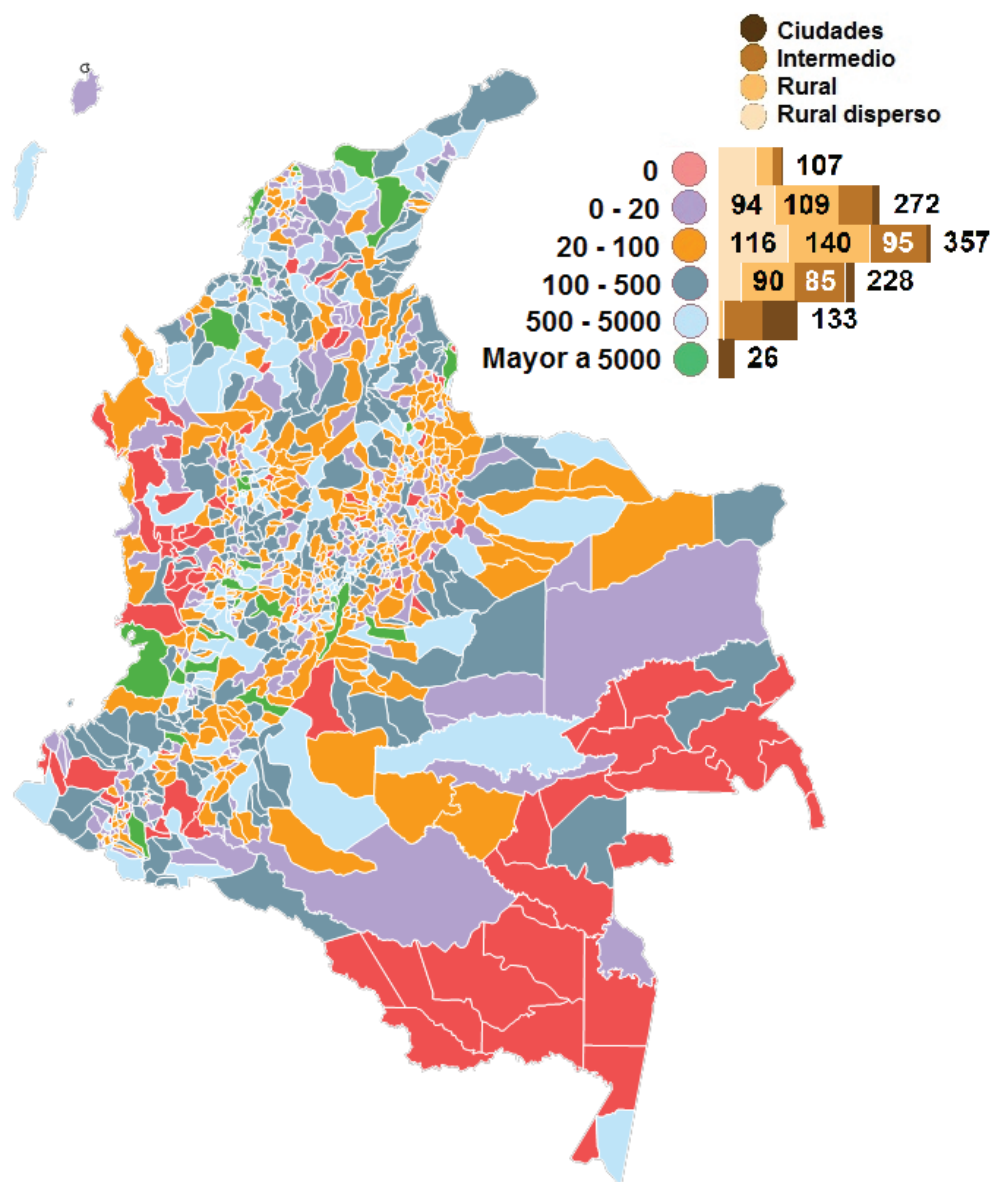
Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

ANEXO 12: %Adultos con crédito de consumo (consumo + TC) vigentes



Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

ANEXO 13: Número de adultos que ingresaron por primera vez al sistema financiero en 2016



Fuente: TransUnion – elaboración BdO.

Índice de gráficas

PÁGINA GRÁFICA

- 23 GRÁFICA 1: Evolución en el número de puntos de acceso financiero
- 25 GRÁFICA 2: Evolución de los puntos de acceso por 100.000 adultos
- 26 GRÁFICA 3: Evolución de los puntos de acceso por 1.000 Km2
- 27 GRÁFICA 4: Evolución del número de oficinas por tipo de entidad
- 28 GRÁFICA 5: Composición oficinas por tipo de entidad 2012 vs 2016
- 29 GRÁFICA 6: Evolución del número de corresponsales por tipo de entidad
- 30 GRÁFICA 7: Composición de corresponsales por tipo de entidad 2012 vs 2016
- 31 GRÁFICA 8: Evolución del número de ATMs y Datáfonos (2012 – 2016)
- 31 GRÁFICA 9: Distribución de los puntos de acceso según nivel de ruralidad - 2016
- 32 GRÁFICA 10: Evolución del número de oficinas por nivel de ruralidad 2012 - 2016
- 34 GRÁFICA 11: Número de oficinas por 100.000 adultos por departamento
- 35 GRÁFICA 12: Evolución del número de corresponsales por nivel de ruralidad 2012 - 2016
- 37 GRÁFICA 13: Número de corresponsales por 100.000 adultos por departamento
- 38 GRÁFICA 14: Asesores móviles por nivel de ruralidad para las ONG
- 39 GRÁFICA 15: Evolución del número de datáfonos por nivel de ruralidad entre 2015 y 2016
- 40 GRÁFICA 16: Número de datáfonos por 100.000 adultos por departamento
- 40 GRÁFICA 17: Número de datáfonos por 100.000 adultos en las 13 ciudades principales
- 41 GRÁFICA 18: Número de Oficinas y Corresponsales de Banco por 100.000 adultos comparativo 2013 a 2015
- 42 GRÁFICA 19: Número de Oficinas y Corresponsales de Banco por 1.000 km2 comparativo 2013 a 2015
- 43 GRÁFICA 20: Número total de Cajeros Automáticos (ATMs) por 100.000 adultos comparativo 2013 a 2015
- 43 GRÁFICA 21: Número total de Cajeros Automáticos (ATMs) por 1.000 km2 comparativo 2013 a 2015
- 49 GRÁFICA 22: Indicador de inclusión financiera
- 51 GRÁFICA 23: Distribución de los adultos con algún producto financiero activo por género y tipo de entidad - 2016
- 52 GRÁFICA 24: Adultos con productos de depósito activo por género y producto - 2016
- 53 GRÁFICA 25: Adultos con productos de crédito vigente por género y producto - 2016

- 53 GRÁFICA 26: Distribución de los adultos con algún producto financiero activo por rangos de edad y tipo de entidad - 2016
- 55 GRÁFICA 27: Adultos con productos de depósito activo por edad y producto - 2016
- 55 GRÁFICA 28: Adultos con productos de crédito vigente por edad y producto - 2016
- 56 GRÁFICA 29: Adultos que ingresan por primera vez al sistema financiero
- 56 GRÁFICA 30: Productos de entrada al sistema financiero
- 57 GRÁFICA 31: Número y porcentaje de adultos con algún producto financiero activo por nivel de ruralidad - 2016
- 58 GRÁFICA 32: % Adultos con algún producto activo por departamento - 2016
- 59 GRÁFICA 33: % Adultos con algún producto activo - 13 ciudades - 2016
- 60 GRÁFICA 34: Número y porcentaje de adultos con cuenta de ahorros activa - 2016
- 60 GRÁFICA 35: % Adultos con cta de ahorros activa por departamento - 2016
- 61 GRÁFICA 36: %Adultos con cta de ahorros activa - 13 ciudades - 2016
- 62 GRÁFICA 37: Número y porcentaje de adultos con microcrédito vigente - 2016
- 62 GRÁFICA 38: %Adultos con microcrédito vigente por departamento - 2016
- 63 GRÁFICA 39: %Adultos con microcrédito vigente - 13 ciudades - 2016
- 64 GRÁFICA 40: Número y porcentaje de adultos con crédito de consumo + TC vigentes - 2016
- 64 GRÁFICA 41: %Adultos con consumo + TC vigentes por departamento - 2016
- 65 GRÁFICA 42: % Adultos con consumo + TC vigentes - 13 ciudades - 2016
- 66 GRÁFICA 43: #Adultos 1ra vez en el sistema por ruralidad y género - 2016
- 67 GRÁFICA 44: #Adultos 1ra vez en el sistema por ruralidad y rangos de edad - 2016
- 68 GRÁFICA 45: #Adultos 1ra vez en el sistema por departamento y género - 2016
- 68 GRÁFICA 46: #Adultos 1ra vez en el sistema 13 ciudades según género - 2016
- 70 GRÁFICA 47: Número de empresas con productos financieros en establecimientos de crédito
- 71 GRÁFICA 48: Número de empresas con productos financieros activos por producto



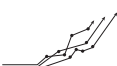
- 72** GRÁFICA 49: Número de empresas que se vinculan por primera vez al sistema financiero por producto – total entidades
- 78** GRÁFICA 50: Participación de canales transaccionales
Número total de transacciones
- 78** GRÁFICA 51: Participación de canales transaccionales
Monto total transado
- 79** GRÁFICA 52: Transacciones a través de la red de oficinas y corresponsales bancarios - Número total de transacciones / Monto total transado
- 80** GRÁFICA 53: Crecimiento de canales transacciones 2012 y 2016
Participación número de transacciones
- 80** GRÁFICA 54: Crecimiento de canales transacciones 2012 y 2016
Participación monto de transacciones
- 81** GRÁFICA 55: Evolución anual de número total de transacciones
- 82** GRÁFICA 56: Evolución anual de monto total de transacciones
- 82** GRÁFICA 57: Monto promedio de las transacciones
- 83** GRÁFICA 58: Evolución en el monto promedio de las transacciones
- 85** GRÁFICA 59: Participación de transacciones por tipo y canal (número)
- 86** GRÁFICA 60: Tipo de transacciones realizadas y participación (monto)
- 87** GRÁFICA 61: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad
- 88** GRÁFICA 62: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad
- 89** GRÁFICA 63: Transacciones realizadas a través de CB por nivel de ruralidad
Monto transado /% participación
- 90** GRÁFICA 64: Transacciones realizadas en otras categorías60a través de CB número de transacciones / % participación
- 91** GRÁFICA 65: Transacciones realizadas en otras categorías61a través de CB por nivel de ruralidad número de transacciones / % participación
- 92** GRÁFICA 66: Número de tarjetas débito y de crédito por cada 100.000 adultos
- 93** GRÁFICA 67: Número de transacciones virtuales por cada 100.000 adultos
- 93** GRÁFICA 68: Número de transacciones sin efectivo por cada 100.000 adultos
- 94** GRÁFICA 69: Puntaje y ranking de preparación de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones
- 95** GRÁFICA 70: Número de abonados a telefonía celular y penetración del servicio

- 95** GRÁFICA 71: Porcentaje de participación de abonados por proveedor de telefonía móvil - % de participación total de abonados por proveedor de Telefonía Móvil / % participación promedio 2012-201
- 96** GRÁFICA 72: Participación hogares por regiones con teléfono celular e internet 2016
- 97** GRÁFICA 73: Participación de hogares por regiones 2016
- 97** GRÁFICA 74: Uso de internet y celular según regiones y área 2016
- 98** GRÁFICA 75: Uso de dispositivos para acceder a Internet, según regiones y área 2016
- 101** GRÁFICA 76: Relación de Efectivo sobre M2
- 102** GRÁFICA 77: Evolución del número de tarjetas débito y crédito
GRÁFICA 77B: Evolución de saldo y saldo más cupo de las tarjetas de crédito
- 104** GRÁFICA 78: Dinamización para la reducción del efectivo
- 107** GRÁFICA 79: Evolución del número de cuentas de ahorro por tipo de producto
- 107** GRÁFICA 80: Número de cuentas de ahorro y actividad
- 108** GRÁFICA 81: RParticipación en el número de cuentas de ahorro por género / Participación en el saldo de cuentas de ahorro por género
- 109** GRÁFICA 82: Cuentas de ahorro totales y activas por cada 10.000 adultos
- 110** GRÁFICA 83: Evolución del saldo en cuentas
- 111** GRÁFICA 84: Participación de las cuentas de ahorro según tipo de municipio
- 112** GRÁFICA 85: E Evolución de la contribución al crecimiento de las cuentas según tipo de municipio
- 112** GRÁFICA 86: Cuentas de ahorro por cada 10.000 adultos y por ruralidad
- 113** GRÁFICA 87: Porcentaje de cuentas de ahorro activas por tipo de municipio
- 113** GRÁFICA 88: Cuentas activas por departamento (diciembre 2016)
- 114** GRÁFICA 89: Distribución del número de cuentas de ahorro tradicionales por rango de saldo
- 114** GRÁFICA 90: Distribución del saldo de cuentas de ahorro por rango de saldo
- 115** GRÁFICA 91: Cuentas de ahorro de trámite simplificado
Número de cuentas de ahorro de trámite simplificado / Saldo de cuentas de ahorro de trámite simplificado (millones)
- 116** GRÁFICA 92: Actividad de cuentas de ahorro de trámite simplificado



- 117 GRÁFICA 93: Participación en el número de cuentas de ahorro de trámite simplificado por género
- 117 GRÁFICA 94: Cuentas de ahorro electrónicas
- 118 GRÁFICA 95: Actividad de cuentas de ahorro electrónicas
- 118 GRÁFICA 96: Actividad de cuentas de ahorro electrónicas
- 119 GRÁFICA 97: Depósitos electrónicos
- 120 GRÁFICA 98: Actividad de depósitos electrónicos
- 120 GRÁFICA 99: Participación depósitos electrónicos por género
- 121 GRÁFICA 100: Transacciones con depósitos electrónicos por tipo de transacción
- 125 GRÁFICA 101: Bienes dados en garantía
- 125 GRÁFICA 102: Caracterización de deudores por tipo de persona
- 125 GRÁFICA 103: Deudores por ciudades
- 126 GRÁFICA 104: Avance en puntaje en reformas de derechos legales durante 2015 y 2016 para acceso a crédito de países de la región
- 128 GRÁFICA 105: Cartera total, por modalidad e intermediario
- 129 GRÁFICA 106: Profundización
- 130 GRÁFICA 107: Cartera comercial
- 131 GRÁFICA 108: Cartera de consumo
- 132 GRÁFICA 109: Cartera de vivienda
- 133 GRÁFICA 110: Cartera de microcrédito
- 133 GRÁFICA 111: Desembolsos por modalidad e intermediario Número de desembolsos / monto desembolsado
- 134 GRÁFICA 112: Número de desembolsos de crédito por modalidad y género
- 135 GRÁFICA 113: Desembolsos de crédito comercial por intermediario y nivel de ruralidad
- 136 GRÁFICA 114: Desembolsos de crédito de consumo por intermediario y nivel de ruralidad
- 137 GRÁFICA 115: Desembolsos de crédito de vivienda por intermediario y nivel de ruralidad
- 138 GRÁFICA 116: Desembolsos de microcrédito por rango
- 138 GRÁFICA 117: Desembolsos de microcrédito por rango dic 2015 y dic 2016
- 139 GRÁFICA 118: Desembolsos de microcrédito por intermediario y nivel de ruralidad
- 147 GRÁFICA 119: Tendencias en Colombia (número de veces)
- 148 GRÁFICA 120: Índices de la industria aseguradora
- 149 GRÁFICA 121: Número de asegurados en seguros personales y de daños y propiedad (millones)
- 150 GRÁFICA 122: Participación sobre el número de asegurados por ramos
- 151 GRÁFICA 123: Número de asegurados por género
- 152 GRÁFICA 124: Participación de las primas emitidas acumuladas

- 153** GRÁFICA 125: Riesgos asegurados por rango de prima mensual
- 153** GRÁFICA 126: Riesgos asegurados por ramo y rango
- 154** GRÁFICA 127: Riesgos asegurados vigentes por ruralidad
- 156** GRÁFICA 128: Asegurados por ramo y canal
- 157** GRÁFICA 129: Índice de penetración por departamento
- 161** GRÁFICA 130: Flujo de remesas a Colombia (USD millones) / Remesas a Colombia por país de origen
- 161** GRÁFICA 131: Participación sobre monto total pagado de remesas por intermediario / Número de operaciones de remesas por intermediario (millones)
- 162** GRÁFICA 132: Medios de pago de remesas
- 163** GRÁFICA 133: Costo desde Estados Unidos y España a Colombia (% del valor transferido) / Costo por medio de pago desde Estados Unidos a Colombia (% del valor transferido)
- 174** GRÁFICA 134: Demandas recibidas y gestión
- 174** GRÁFICA 135: Demandas recibidas por ciudades
- 175** GRÁFICA 136: Demandas recibidas por cuantía
- 175** GRÁFICA 137: Demandas recibidas por cuantía
- 176** GRÁFICA 138: Demandas recibidas por motivo
- 177** GRÁFICA 139: Quejas recibidas totales y por cada 1.000.000 de transacciones
- 178** GRÁFICA 140: Quejas por resolver por tipo de entidad
- 178** GRÁFICA 141: Quejas finalizadas por cada 1.000 por resolver por tipo de entidad (Promedio trimestral)
- 179** GRÁFICA 142: Quejas por resolver de los productos principales por tipo de entidad (Promedio trimestral)
- 179** GRÁFICA 143: Quejas finalizadas por tipo de entidad y producto
- 180** GRÁFICA 144: Motivo de quejas para los principales productos en 2016
- 183** GRÁFICA 145: Principios orientadores y grupos poblacionales priorizados en la Estrategia Nacional de EEF de Colombia
- 184** GRÁFICA 146: Acciones transversales



Índice de tablas

PÁGINA	TABLA
22	TABLA 1: Oficinas financieras por cada 100.000 adultos por nivel de ruralidad
22	TABLA 2: Oficinas financieras por cada 1.000 km ² por nivel de ruralidad
35	TABLA 3: Corresponsales por cada 100.000 adultos por nivel de ruralidad
36	TABLA 4: Corresponsales por cada 1.000 Km ² por nivel de ruralidad
50	TABLA 5: Indicador de inclusión financiera por tipo de entidad
68	TABLA 6: #Adultos 1ra vez en el sistema por departamento y género - 2016
69	TABLA 7: #Adultos 1ra vez en el sistema 13 ciudades según género - 2016
70	TABLA 8: Número de empresas con productos financieros por tipo de entidad
109	TABLA 9: Evolución número de cuentas de ahorro por tipo de entidad
110	TABLA 10: Evolución del saldo de cuentas de ahorro por entidad (millones de pesos)
111	TABLA 11: Saldo promedio en cuentas de ahorro por tipo de entidad
115	TABLA 12: Evolución del saldo promedio en cuentas de ahorro
159	TABLA 13: Principales indicadores

REPORTE
INCLUSIÓN FINANCIERA
2016



Superintendencia
Financiera
de Colombia



BANCA DE LAS
OPORTUNIDADES